

المملكــة العربيــة الســعودية
المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

فندقة

إدارة فندقية

١٧١ فند



مقدمة

الحمد لله وحده، والصلاة والسلام على من لا نبي بعده، محمد وعلى آله وصحبه، وبعد:

تسعى المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني لتأهيل الكوادر الوطنية المدربة القادرة على شغل الوظائف التقنية والفنية والمهنية المتوفرة في سوق العمل، ويأتي هذا الاهتمام نتيجة للتوجهات السديدة من لدن قادة هذا الوطن التي تصب في مجملها نحو إيجاد وطن متكامل يعتمد ذاتياً على موارده وعلى قوة شبابه المسلح بالعلم والإيمان من أجل الاستمرار قدماً في دفع عجلة التقدم التنموي، لتصل بعون الله تعالى لمصاف الدول المتقدمة صناعياً.

وقد خطت الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج خطوة إيجابية تتفق مع التجارب الدولية المتقدمة في بناء البرامج التدريبية، وفق أساليب علمية حديثة تحاكي متطلبات سوق العمل بكافة تخصصاته لتلبي متطلباته ، وقد تمثلت هذه الخطوة في مشروع إعداد المعايير المهنية الوطنية الذي يمثل الركيزة الأساسية في بناء البرامج التدريبية، إذ تعتمد المعايير في بنائها على تشكيل لجان تخصصية تمثل سوق العمل والمؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني بحيث تتوافق الرؤية العلمية مع الواقع العملي الذي تفرضه متطلبات سوق العمل، لتخرج هذه اللجان في النهاية بنظرة متكاملة لبرنامج تدريبي أكثر التصاقاً بسوق العمل، وأكثر واقعية في تحقيق متطلباته الأساسية.

وتتناول هذه الحقيبة التدريبية " إدارة فندقية " لمتدربي قسم" فندقة " للكليات التقنية موضوعات حيوية تتناول كيفية اكتساب المهارات اللازمة لهذا التخصص.

والإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج وهي تضع بين يديك هذه الحقيبة التدريبية تأمل من الله عز وجل أن تسهم بشكل مباشر في تأصيل المهارات الضرورية اللازمة، بأسلوب مبسط يخلو من التعقيد، وبالاستعانة بالتطبيقات والأشكال التي تدعم عملية اكتساب هذه المهارات.

والله نسأل أن يوفق القائمين على إعدادها والمستفيدين منها لما يحبه ويرضاه، إنه سميع مجيب الدعاء.

الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

تمهيد

لا يخفي أن السياحة أصبحت مورد سريع للعملات الحرة في كثير من الدول و خاصة الدول النامية التي تعتبرها خير مورد و عماد لاقتصادها الوطني. قالت منظمة السياحة العالمية أن السياحة سوف تصبح أضخم صناعة في العالم كما أنها أهم مورد للعملات الصعبة و أن هذه الصناعة توفر العمل لمائتي مليون شخص حول العالم و أن ضرائب النشاط السياحي تمد الحكومات بمئات الملايين من الدولارات.

تعتبر صناعة الفنادق ركناً أساسياً من أركان السياحة وناجحاً خاصة إذا توفرت فيها الإدارة التي تطبق الأسس العلمية الصحيحة للإدارة والتنظيم ، فهي تستحوذ على نصيب الأسد من ميزانية الضيف ، حيث أن الدراسات والأبحاث تبين أن الفرد الذي يزور دولة ما ينفق ٣١,٩٩٪ من ميزانيته على الفنادق .

إن تحليل إحصائيات الفنادق في معظم بلدان العالم الثالث يبين أن عدد الفنادق الكلية قد أزداد فيها في السنوات الأخيرة بنسب متفاوتة وذلك نظراً لأهميتها المتنامية لأفراد المجتمع والاقتصاد الوطني التي تكمن في المحاور التالية : توفير الخدمات للأفراد ،والحصول على الإيرادات والعملة الصعبة ، وتأمين فرص العمل ،وتعليم وتدريب الأفراد العاملين في مجالات الفندقة ، وتنمية المناطق الجغرافية .

أصبحت الخدمات الفندقية في تطور دائم في مدن المملكة العربية السعودية وأصبحت الفنادق تسعي جاهدة إلى رفع مستوى الأداء الفندقي عن طريق تطوير خدماتها بصورة مستمرة في سوق تسوده المنافسة حيث أن الفنادق أصبحت جزء من عالمنا الذي يشهد تطورات سريعة في مجالات الخدمات بالاعتماد على رفع مستوي كفاءة الموظفين و بالتالي تحقيق جودة الخدمات التي هي أساس زيادة المبيعات الفندقية.

هذه الحقيبة سيساعدك كمتدرب على فهم أنواع الفنادق وأقسامها المختلفة وطبيعة العمل الفندقي في صورة مبسطة وسهلة القراءة. تبعاً لهذه الأهمية ، فقد أعدت هذه الحقيبة التدريبية لتلبي متطلبات دراسة مادة إدارة فندقية ومكونة من خمس وحدات تدريبية لتساعد المتدرب في زيادة معارفه و تنمية مهاراته وقدراته في فهم مبادئ الإدارة الفندقية ، ونأمل أن يستفيد المتدرب من المادة العلمية الموجودة في هذا الكتاب، حيث أن الهدف العام من دراسة هذه الحقيبة التدريبية هو تعريف المتدرب بأنواع الفنادق المختلفة والأقسام الموجودة بها وطبيعة عمل ونشاط كل قسم في خلال ٤٠ ساعة دراسية.



المملكـــة العربيـــة الســـعودية
المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

إدارة فندقية

صناعة الفنادق

صناعة الفنادق

١

الجدارة:

المهنة	موظف استقبال فندق
الواجب	ينظم عملية التسكين و متطلبات عمله اليومي.
المهمة	يراجع وينظم حجوزات اليوم ويراجع إمكانية المغادرة و الاستعداد لإمكانية تحقيق رغبات النزيل.
الهدف الإجرائي للمهمة	يراجع وينظم حجوزات اليوم ويراجع إمكانية المغادرة و الاستعداد لإمكانية تحقيق رغبات النزيل من أجل تنظيم العمل

الأهداف: عندما تكمل هذه الوحدة يكون باستطاعتك:

١- أن تعطي فكرة عن التطور التاريخي لصناعة الفنادق بطريقة تحريرية أو شفوية في خلال ثلاث دقائق.

٢- أن تصف أهمية ومفهوم وخصائص صناعة الفنادق وعلاقتها بصناعة السياحة ومكونات صناعة السياحة والسفر بطريقة تحريرية أو شفوية في خلال خمس دقائق.

٣- أن تصيغ أهم متطلبات النجاح والمشكلات التي تواجه صناعة الفنادق بطريقة تحريرية أو شفوية في خلال خمس دقائق.

مستوى الأداء المطلوب: لا تقل نسبة إتقان هذه الجدارة عن ٨٠٪

الوقت المتوقع للتدريب: ثمانية ساعات

الوسائل المساعدة:

١- استخدام التعليمات في هذه الوحدة

٢- استخدام وسيلة عرض إلكترونية لإظهار شرح المدرب

متطلبات الجدارة:

- طالما أنه لا يوجد شئ قبل هذه المهمة يجب التدرب على جميع المهارات لأول مرة.

الوحدة التدريبية الأولي

صناعة الفنادق

- التطور التاريخي لصناعة الفنادق

The Historical Development of the Hotels Industry

تعد صناعة الفنادق من الصناعات القديمة جدا, فظهور الفنادق في العصور القديمة ارتبط وثيقاً بظهور الضيافة نفسها ونشوئها , حيث كانت الضيافة في العالم القديم تقتصر في الأصل على إشباع حاجة المسافر العابر, سواء أكانت هذه الحاجة لزيارة أم لتجارة. بيد أن توثيق العلاقات وتزايدها بين المدن , وما استتبع ذلك من كثرة الأسفار وتعدد الحاجات التي تتطلب إنشاء النزل السكنية العامة لتفي بهذه الأغراض ولا سيما في المدن التي أصبحت مراكز تجارية هامة.

إن تحليل التطور التاريخي لصناعة الفنادق يبين أن الفندقة قبل أن تصل إلى هذا المستوى من التطور في الوقت الحالي مرت بثلاث فترات وهي:

١ - الفندقة في العصور القديمة **Hotels in old ages**

أ - الفندقة في الشرق القديم:

الفنادق ليست في الواقع سوى نزل خصصت لاستضافة المسافرين، ولعل ما يؤيد قولنا هذا هو الإصطلاح اللاتيني للفندق وهو "Hospital" الذي اشتقت كلمة "Hotel" التي تعبر حاليا عن الفندق في اللغة الفرنسية, كما اشتقت منه كذلك كلمة "Hospite" الإيطالية القديمة ومن ثم "Ospite" الحديثة وكلمة "Hote" الفرنسية وكلاهما تعني الضيف وهي تطلق على نزيل الفندق.

الضيافة أصلا كانت من أعظم مآثر الحضارة القديمة ولا سيما في الشرق القديم ولعل هذا هو السبب في تأخر ظهور الفنادق في بلاده، وتبين الدراسات التاريخية لبلدان الشرق القديم أن البلدان العربية بالغت في إكرام الضيف حتى أصبحت الضيافة العربية في العالم كلمة مضرب الأمثال. كان علية القوم عند العرب يوقدون النيران ليلا فوق قمم الجبال العالية ليراها المسافر من بعيد فيتجه نحوها ليجد الدفء والمأوى والمأكل دون مقابل ، وثمة رأي يرى أن الفندقة ظهرت في الشرق القديم قبل ظهورها في القارة الأوربية بزمن طويل وليس معنى هذا أن انتشارها كان انتشاراً عاماً وطبيعياً بالمعنى الذي رأيناه في غيرها من باقي الشعوب القديمة.

ب - الفندقة عند الإغريق:

إن الفندقة العامة أي الضيافة لم تعرف عند الإغريق القدماء في بادئ الأمر , لأنهم كانوا يشتهرون بكرم الضيافة مثلهم مثل باقي الشعوب الشرقية المتاخمة لهم، ذلك لأن الإغريق القدامى كانوا على اتصال وثيق بأهل الشرق القديم ومصر بصفة خاصة حيث تبادلوا العلوم والمعارف. نرى أن الفندقة القديمة عند الإغريق كانت أساساً للفندقة العلاجية إلى حد ما.

جـ - الفندقة عند الرومان:

الفندقة عند الرومان لم تأت بجديد على ما أتت به الفندقة الإغريقية من الناحية النوعية إلا أننا نرى أنها فاقت هذه الأخيرة بأن صقلتها ونظمتها من الناحيتين الشكلية والقانونية.

فالمعروف أن روما غزت العالم القديم بجيوشها وبقانونها ، فزال الغزو العسكري وبقي القانوني، فالقانون الروماني غزا العالم القديم والحديث بنظمه وأحكامه، وهو في هذه الناحية لم يغفل الفندقة ذلك أن اغلب الأحكام القانونية التي تضمنتها القوانين المدنية للدول الحديثة يرجع أصلها إلى القانون الروماني، إذ القانون الروماني هو القانون القديم الوحيد الذي نظم صناعة الفنادق بصفة خاصة.

ولا يخفى أن الحكام والمشرعين الرومان كانوا يتحرون الشدة والقسوة عند سنهم التشريعات الفندقية لكي تكون رادعة لأصحاب الفنادق ولضمان سلامة المسافرين.

رأينا أن الفندقة لم تعرف في الشرق القديم إلا عندما كانت الجنود تحتاج خلال سيرها إلى ملاجئ تأويها ليلا من الضواري وتحميها نهار من حرارة الشمس، فكان الحكام والسلاطين يقيمون لهم في طريقهم مبان جماعية في قلب الصحاري على مسافات متباعدة وبقدر الإمكان يختارونها قرب منابع المياه, وكان يطلق على هذه النزل لفظ "Cauponae". هذه النزل لم تكن سوى استراحات تتكون من فناء كبير محاط من جميع جوانبه بغرف مفروشة, مخصصة لإيواء الأغراب دون مقابل, فهي خالية من الفراش والزاد , وكان لزاما على المسافر أن يأتي بهما معه، وقد عم انتشار هذه النزل بعد الفتوحات وأصبحت تستعمل من قبل المسافرين سواء أكانوا أفراد أم قوافل، فعرفت في بلاد شرق البحر الأبيض المتوسط مثال القسطنطينية وبلاد الفرس و سائر البلدان العربية بأم خان. أما في بلاد شمال أفريقيا (جنوب البحر البيض المتوسط) فقد عرفت باسم منزل أو كرفان سراي, لأنها أصبحت بعد الفتوحات الرومانية تعد لإيواء القوافل والمسافرين

وقد أنشئت بعد ذلك خانات على مشارف المدن وداخلها ، يأوي إليها الجند العائدون والتجار والمسافرون. هذه النزل كانت عبارة عن نزل للمواطنين يحولونها إلى خانات يستقبلون فيها الجنود المنتصرين العائدين من ميدان الحرب والمحملين بالغنائم , فيقدمون لهم ما لذ وطاب من طعام وشراب

بقصد ابتزاز أموالهم. كان يطلق على هذا النزل لفظ "diverticula". في نهاية هذا العرض الموجز للفندقة في العصور القديمة, لابد من الإشارة إلى أن الخان يتكون في تلك العصور من غرف نوم ومخزن وبئر ماء و إسطبل للحيوانات.

٢ - الفندقة في العصور الوسطى Hotels in medieval ages

تعتبر العصور الوسطى هي بداية تطور صناعة الفنادق حيث كانت تلك الفترة طويلة ورافقتها ظروف اقتصادية وتجارية وصناعية عديدة أثرت عليها كثيراً, وأخذت الفنادق تغزو المدن الكبرى وتحل محل الخانات في المدن الصغيرة.

ففي العصور الوسطى كانت المسيحية قد انتشرت وعمت القارة الأوربية وتميزت التقاليد الدينية وقتئذ بما عرفت به من حب للمستقبل بكرم الضيافة واعتبرته أحد الواجبات الدينية.

بيد أن هذه الضيافات الخاصة لم تستمر طويلا نظرا لتزايد الأسفار سواء أكانت لتجارة أم لتأدية فرض الحج....الخ الأمر الذي أدى إلى انتشار الفندقة العامة في المدن تبعا لتطور طرق المواصلات ووسائل النقل نتيجة لاختراع الآلات البخارية والسيارة والدرجات النارية والسكك الحديدية.

وأهم ما تمتاز به العصور الوسطى هو تطور وتحول الخان البدائي الذي كان يتكون من غرف نوم درجة أولى وغرف نوم مخصصة لطاقم السائقين (غرفة أو غرفتين كبيرتين) وحانة وفسحة في الوسط وكذلك إسطبل للحيوانات إلى فندق كبير وانتشاره داخل المدن , وكانت هذه الفنادق الأولية مقسمة إلى غرف صغيرة وبسيطة لإيواء الفقراء وغرف جيدة لإيواء الأغنياء وكانت غرف الأغنياء كبيرة وذو أثاث فاخر وفي بعض الأحيان توجد فيها فسحة إضافية لتقديم الطعام.

وهكذا أنشئت الفنادق الكبيرة في العواصم , ولأول مرة ظهر اسم الفندق على لافتات كبيرة معلقة على شرفتها مثل فندق "سكك الحديد" وهنا بدأ هذا البناء الجديد يأخذ طرازا معينا يتفق مع متطلبات الخدمة وسهولتها, وأصبحت الصالة العمومية في الطابق الأرضي وفي الأدوار العليا أصبحت الغرف عبارة عن وحدات متشابهة.

وتشير المراجع النظرية المتخصصة إلى أن الفنادق في العصور الوسطى كانت تتكون من عدد كبير من الغرف تستوعب أحيانا ما بين ١٠٠ -١٥٠ شخصا ولم يكن باستطاعة الفندقي وأسرته الصغيرة أن يقوم بخدمة هذا العدد الكبير من الضيوف فلجأ إلى مساعدة آخرين ليعملون في المطبخ والمطعم وخدمة الطوابق بعد أن كان الخان يدار من قبل مالك الخان وأفراد أسرته وهكذا ظهر التخصص المهني في صناعة الفنادق ونشأته الأولى لعلم الفنادق.

٣ - الفندقة في العصور الحديثة Hotels today

أصبحت صناعة الفنادق في العصر الحالي صناعة فريدة ومتميزة لها خصائصها وأنظمتها وثقافتها وقوانينها وسياستها . فالواقع التطبيقي يبين أن الكثير من رجال الأعمال والشركات في معظم بلدان العالم أخذت تتهافت على الاستثمار في القطاع الفندقي. إذ قامت بتأسيس شركات عالمية تهدف إلى إدارة السلاسل الفندقية والفنادق الكبيرة وتعمل على إدخال احدث وسائل البناء والإنشاء والتكنولوجيا والإدارة الحديثة فيها.

وتشير دراسات صناعة الفنادق في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أن صناعة الفنادق فيها شهدت نموا ملحوظا في العشرينيات من القرن الماضي. كما تم فيها تطوير الكثير من المفاهيم المتعلقة بتصميم الفنادق من خلال العمل الدؤوب والمتواصل لتقابل رغبات المسافرين والسائحين المتغيرة باستمرار، فالفنادق الموحدة ذات الأحجام المتوسطة والقائمة في مراكز المدن التجارية تم استبدالها بفنادق أخرى تميز بناؤها بفن معماري خلاق وجديد. وبقاعات مركزية ذات سطوح عالية وبمصاعد خارجية جذابة. وبإبداعات أخري أصبحت سمة ملازمة لكثير من الفنادق منها "Century Plaza" في لوس أنجلوس وكذلك فنادق "Regency Hyatt" في أطلنطا. كما تم إنشاء فنادق المؤتمرات الضخمة التي تتميز بكبر حجمها ومساحات واسعة لإقامة الحفلات لتقابل متطلبات السوق المتزايدة والمتغيرة باستمرار. وخير مثال على ذلك "New York Hilton".

ولابد من الإشارة هنا إلى أن هناك تغيرات كثيرة حدثت في مواقع الفنادق. ففي الوقت (بداية عام ١٩٠٠م) الذي كان يتم فيه إنشاء الفنادق بالقرب من محطات السكك الحديدية وذلك لأن معظم المسافرين كانوا في ذلك الوقت يسافرون وينتقلون من مكان إلى آخر بالقطارات أصبح إنشاء الفنادق الأكثر حداثة يتم خارج المدن بالقرب من المطارات والموانئ وعلى طرق البرية السريعة وفي المناطق الطبيعية كالغابات والجبال والبحيرات والسواحل....الخ بسبب ظهور وسائل نقل جديدة وهي : السيارات والطائرات والسفن ، فالنفط المتزايد في استخدام القطارات كوسيلة نقل فتح آفاقا جديدة لم تكن ملائمة لتطور صناعة الفنادق، كما أن الطلب المتزايد على السفر في السيارات أدى إلى ظهور ظاهرة جديدة في حقل الضيافة هي صناعة الموتيلات "The Motels Industry" ، ففي أواخر القرن الثامن عشر تمكن رجال الأعمال المسافرين بالسيارات من إيجاد أماكن خاصة (منازل و مزارع قريبة من الطرق البرية السريعة) يقيمون فيها . غير أن عدد المسافرين منهم بعد ذلك الوقت فاق عدد هذه الأماكن الخاصة والقريبة من الطرق البرية السريعة. مما أدى ذلك إلى ظهور الموتيل كطريقة وحيدة يقدم السكن

للمسافرين من رجال الأعمال وغيرهم بتكلفة منخفضة لحل هذه المشكلة. تشير الدراسات إلى أن أول موتيل تم إنشائه في "Douglas Arizona" في عام ١٩٠١ وكان يسمى بـ
"Askins Cottage Camp".

ويبين الإطلاع الميداني أن الولايات المتحدة الأمريكية في الوقت الحالي تمكنت من أن تسمو بالفندق إلى أعلى درجات التقدم والتنظيم الفني والاقتصادي والإداري, وتمكن التنظيم الفندقي الأمريكي بنشأته الضخمة أن يغير من نظام المعيشة التقليدي للأسرة الأمريكية, فبعض الفنادق في أمريكا يصل عدد الغرف قيها إلى ٥٥٠٠ غرفة مجهزة بكافة الخدمات اللازمة لإشباع حاجات الضيوف ورغباتهم دون الحاجة إلى الخروج من الفندق, ويستطيع الضيف أن يقيم في بعض الفنادق الأمريكية مدة شهر كامل ويحصل على كل الخدمات التي يحتاج إليها دون الخروج من الفندق.

أما في القارة الأوربية فقد انتشرت فيها الفنادق ووسائل الإيواء بكافة أنواعها وأشكالها, ففي ألمانيا الغربية سابقاً على سبيل المثال ظهر في عام ١٩٥٤ حوالي ١٨ ألف مشروع فندقي بعدد الأسرة يبلغ ٢٩٥ ألف سرير. كما أن أغلب فنادق مدريد في أسبانيا وبعض فنادق البلدان الأخرى بلغ عددها حوالي خمسين فندقا مملوكة كلها لشركة فندقية كبري مركزها يقع بمدينة مدريد العاصمة وهي (Sociedad Americana de Grandes Hotels). كذلك وصلت صناعة الفنادق في إنكلترا إلى مستوى عال, بيد أنها لا ترقى بطبيعة الحال إلى الدرجة التي وصلت إليها صناعة الفنادق في أمريكا, ويمكن إجمال ما تتضمنه صناعة الفنادق فيها بحوالي ٥٥ ألف نزل سياحي تشمل الفنادق والبنسيونات وهي تحتوي على ما يقرب من ١,١٨٠,٠٠٠ سرير. ويقوم بتمثيل الفنادق في بريطانيا جمعية الفنادق والمطاعم البريطانية "British hotels and Restaurants Association" ومركزها لندن, وينضم إلى هذه الجمعية أكثر من ألف من المحلات العامة متفرقة في شتى أنحاء إنجلترا واسكتلندا وشمال ايرلندا, كما ينضم إليها كذلك بعض الفنادق الموجودة في المستعمرات عبر البحار. تدخل هذه الجمعية ضمن أعضاء الجمعية الدولية للفنادق (IHA).

وتشير المراجع النظرية المتخصصة إلى أن الإقامة في الفنادق في القارة الأوربية منتشرة بشكل كبير ولا سيما في المدن الكبرى غير أنها لم تصل إلى ذلك المستوى من التطور الذي وصلت إليه الفنادق الأمريكية من حيث الإدارة والتكنولوجيا والحجم....الخ.

جمعيات الفنادق Hotels Associations

أ - جمعيات الفنادق الأمريكية American Hotels Associations

بعد بحث موضوع التطور التاريخي للفنادق ووسائل الإيواء لابد من إلقاء الضوء على جمعيات الفنادق كجزء لا يتجزأ من هذا الموضوع على اعتبار أن أي فصل يعالج موضوع التطور التاريخي للفنادق ووسائل الإيواء يعتبر ناقصاً إذا لم يشير إلى جمعيات الفنادق نظراً لصلتها الوثيقة والقوية بأعضائها (الفنادق المنتسبة إليها) من جهة ولمساهمتها بشكل كبير ومتميز في رفع الكفاءة الإنتاجية لصناعة الفنادق من جهة أخرى.

وتشير دراسات صناعة الفنادق في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أن جمعية الفنادق في مدينة نيويورك "Hotels Association of New York City" التي تم تأسيسها في عام ١٨٧٨م تعتبر أقدم جمعيات الفنادق في تشجيع الاستثمار في القطاع الفندقي عن طريق إثارة الدوافع والرغبات لدى الأفراد والشركات , كما أنها وضعت لنفسها مجموعة من الأهداف تسعى إلى تحقيقها أهمها ما يلي: تشجيع اهتمام الأفراد والشركات بصورة عامة وتشجيع اهتمام أعضائها بصورة خاصة بالأعمال الفندقية وذلك عن طريق تعاونها المستمر مع أعضائها وغيرهم للعمل على معالجة وحل المشكلات التي تواجه الإدارة الفندقية وعن طريق وقوفها بوجه المنظمات التي تصدر قوانين تضر بالأعمال الفندقية والاعتراض عليها ودعم القوانين التي تشجعها.

وتشير البيانات في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أن الفنادق في العشرينيات من القرن الماضي قد ازداد بشكل كبير في مدينة نيويورك ورافق هذه الزيادة زيادة مماثلة في عدد جمعيات الفنادق , غير أن الكساد الذي أصاب الاقتصاد الأمريكي في أوائل الثلاثينيات من القرن الماضي أثر بصورة سلبية على صناعة الفنادق مما أدى إلى انخفاض عدد الأعضاء المنتسبين إلى هذه الجمعية (جمعية الفنادق في مدينة نيويورك). لهذا السبب اضطرت هذه الجمعية في أواخر الثلاثينات من القرن الماضي إلى الدخول في حقل علاقات العمل "Labor Relations" للعمل فيه ,إذ تقوم بالنيابة عن أعضائها بالتفاوض على اتفاقيات وعقود العمل مع اتحادات ونقابات العمل ، وكنتيجة لذلك منذ عام ١٩٣٠ - عندما وقعت الجمعية ولأول مرة اتفاقية مع مجلس المهن الفندقية "Hotel Trades Council" - - وحتى الوقت الحالي وهذه الجمعية تهتم بشكل أساسي ببحث مسائل تخص اليد العاملة ونقابات واتحادات العمال.وبالإضافة إلى ذلك فقد عالجت العديد من مواضيع الفندقة وموضوعات أخرى على صلة بها وذلك بالتعاون مع رجال الإدارة من مختلف المؤسسات التعليمية العليا الموزعة في أنحاء البلاد بهدف رفع الكفاءة الإنتاجية لعمليات

الفنادق , كما أنها أصبحت أداة رئيسية لتشجيع برامج التدريب للأفراد العاملين في المجالات المتنوعة والمتعددة للفندق.

وتشير المراجع النظرية المتخصصة إلى أن اتحاد الفنادق والمنشآت الفندقية الأمريكية "American Hotels and Lodging Association" ظهر في وقت متأخر مقارنة بالوقت الذي ظهرت فيه جمعية مدينة نيويورك للفنادق. أطلق عليها في البداية" الجمعية الأمريكية للفنادق " التي بدأت تمارس نشاطها بهدف الحفاظ على الفنادق الأعضاء من خداع وحيل الضيوف غير الملتزمين وأخذت تشترك في العشرينات من القرن الماضي بشكل فعال وبالتعاون مع المؤسسات والوحدات التعليمية المتخصصة ومع الفنادق بعقد دورات تدريبية في المجالات المختلفة للفندق.

وقامت هذه الجمعية (الجمعية الأمريكية للفنادق) في عام ١٩٥١ بإنشاء معهدها التعليمي المتخصص بالفندقة بهدف رفع مستوى أداء الأفراد العاملين والأفراد المؤهلين للعمل في صناعة الفنادق عندما لاحظت أن هناك عدداً كبيراً في البلاد من الكليات والمدارس الفندقية المتخصصة تمنح درجات علمية في الدراسات الفندقية, وتشير الإحصائيات إلى أن حوالي عشرون ألف طالب وطالبة يدرسون في معهدها التعليمي لفندقي المذكور أحدث المناهج الدراسية التي يدرسها نفس طلاب المعاهد التعليمية العليا الفندقية.

وتبين الدراسات المتخصصة إن اسم هذه الجمعية " الجمعية الأمريكية للفنادق " قد بدل في عام ١٩٦٢ باسم جديد وهو " الجمعية الأمريكية للفنادق والموتيلات " ونظراً للدور الكبير الذي تلعبه الموتيلات في صناعة الفنادق.

وفي الوقت الحالي يتبع الجمعية الأمريكية للفنادق والموتيلات عدد كبير من الجمعيات الفرعية المنتشرة في العديد من دول العالم : كندا, المكسيك. أمريكا الوسطى, أوربا,روسيا, أفريقيا, وجنوب أفريقيا....الخ. تقوم هذه الجمعيات بالإرشاد والتوجيه وتقديم النصح لأكثر من ١٥٠٠٠ فندق وموتيل. كما أنها تمثل هذه الفنادق والموتيلات أمام الجمهور عن طريق قيامها بنشاطي الإعلان والعلاقات العامة اللازمين لدعم الصناعة الفندقية, والأكثر من ذلك أن هذه الجمعيات تحل محل صناعة الفنادق نفسها في كثير من الفعاليات وتمثلها أمام الحكومة.

ب - الجمعية الدولية للفنادق **International Hotels Association**

الجمعية الدولية للفنادق منظمة دولية مهنية تقوم بالدراسات والبحوث في المجالات المختلفة والمتنوعة لصناعة الفنادق, ومقرها الدائم في باريس, وتضم في عضويتها عدد كبير من الفنادق في مختلف بلدان العالم.

وتهدف هذه الجمعية إلى تسهيل الاتصالات وتبادل المعلومات والأفكار المفيدة بين المنظمات والشركات الفندقية والفنادق والمطاعم في مختلف بلدان العالم بغرض دراسة أوضاع مهنة صناعة الفندقة والعمل على حل المشاكل التي تواجه إدارتها.

- مفهوم صناعة الفنادق

- مفهوم الفنادق **Concept of Hotels** :

الفنادق منظمات متعددة الأنواع والأشكال والأغراض، انتشرت في كافة أرجاء العالم، فهي عبارة عن أنظمة رئيسية جزئية من القطاع السياحي لكل بلد من بلدان العالم حيث تشكل بمجموعاتها نسبة معينة منه.

وتشير المراجع النظرية المتخصصة إلى أن الفنادق تعتبر أحد العناصر الرئيسية التي ترتكز عليها صناعة السياحة فضلاً عن وسائل المواصلات بكافة أنواعها وأشكالها وكذلك الأنشطة التي تقوم بها

وثمة سؤال يجدر بنا أن نطرحه في هذا المجال وهو : ما المقصود بالفنادق ؟ هل يوجد ثمة اتفاق في تعريفها وتمييزها ؟

اختلفت آراء المنظمات المتخصصة وآراء الكتاب المتخصصين في مجال الإدارة الفندقية حول تعريف الفندق ، فالجمعية الأمريكية للفنادق والموتيلات American Hotel and Motel Association عرفت الفندق كما يلي: "الفندق –نزل أعدت طبقاً لأحكام القانون ليجد النزيل المأوى والمأكل وخدمات أخرى لقاء أجر معلوم"

أما القانون البريطاني British law فقد عرف الفندق كما يلي: " الفندق – مكان يتلقى فيه المسافر الملتزم خدمات المأوى والطعام مقابل سعر محدد قادر على دفعه" ، وبموجب هذا القانون يجب على

الفندق أن يقدم خدمات المأوى والطعام والشراب إلى المسافرين القادرين على دفع ثمنها ، ويحق له رفض تقديم هذه الخدمات للمسافر غير القادر على دفع ثمنها.

غير أن ويبستر Webster قدم تعريفا للفندق في معجمه الجديد المعد لطلاب الكليات

New Collegiate Dictionary كما يلي: " الفندق – مبنى أو مؤسسة تمد الجمهور بالإقامة والطعام والخدمة "

أما "مارسيل جوتي " الباحث الفرنسي المتخصص في مجال الفنادق فقد عرف الفندقة بأنها: " خدمات تهدف إلى تأمين ظروف ملائمة للإنسان – النوم والطعام ".

وثمة باحثان متخصصان في هذا المجال وهما John R.Goodwin , James M. Rovelstad عرفا الفندق في كتابهما Travel and Lodging Law الصادر في عام ١٩٨٠ كما يلي :" الفندق هو منظمة توفر الإقامة والطعام إلى الضيوف مقابل سعر معين ".

إن تحليل العرض المدون أعلاه لآراء المنظمات المتخصصة ,آراء الباحثين المتخصصين في مجال الإدارة الفندقية وغيرهم حول تعريف الفندق يمكننا من استخلاص النتيجة التالية :

قبل إعطاء تعريف متكامل للفندق لابد من الإجابة عن السؤال التالي : ما هي ماهية الفندق ؟ وما هو مضمونه والأهداف التي يسعى إلى تحقيقها ؟ وما هو المعيار الأساسي لتمييزه عن بقية المنظمات الأخرى ؟

يمكننا أن نقدم تعريفا متكاملا وبسيطا للفندق يتمثل فيما يلي: " الفندق – وحدة اقتصادية اجتماعية وفنية (نظام رئيسي مركب) يحتوي على أسرة لتنويم الضيوف ويتألف من مجموعة من النشاطات الجزئية (أنظمة جزئية) أهمها :نشاط المكتب الأمامي ، ونشاط التدبير الفندقي، والنشاط المالي ، ونشاط الشراء ، ونشاط الصيانة ، ونشاط الأمن (السلامة) التي يؤثر بعضها على بعض ويتأثر بعضها ببعض ويعمل بعضها مع بعض لتحقيق أهداف معينة أهمها: تقديم خدمات المأوى والطعام للأفراد مقابل أجر محدد ".

تعريفنا هذا للفندق يركز على النقاط الأساسية التالية :

١- المعيار الأساسي لتمييز الفندق كمنظمة خدمة عن بقية المنظمات الأخرى هو وجود عدد من الأسرة فيه لتنويم الأفراد وتوفير الراحة لهم .

٢ -الفندق يمثل وحدة اقتصادية متكاملة حيث يمارس الخدمات والنشاطات الأخرى المتممة: نشاط التسويق والمبيعات ، ونشاط إدارة الأفراد، والنشاط المالي ،...الخ ، ويسعى إلى تحقيق أكبر كمية ممكنة من الإيرادات بأقل ما يمكن من النفقات في أغلب الأحوال، كما يمثل أيضا وحدة اجتماعية بمجموعة الأجهزة والمعدات والمواد المستخدمة فيه . كما أنه يتمتع بشخصية قانونية مستقلة من حيث امتلاكها جملة من الحقوق والصلاحيات ومسئوليتها عن جملة من الواجبات والمسؤوليات .

٣ -الفندق نظام رئيسي مركب يتألف من مجموعة من الأنظمة الفرعية (الأنشطة الجزئية) لكل منها طبيعة مميزة وخصائص مختلفة أهمها :نشاط المكتب الأمامي Front Office الذي يتألف بدوره من أنظمة فرعية أصغر (أنشطة جزئيه أصغر): الاستقبال ، والاستعلامات ، والحجز ، والبدالة ،والتلكس ، والفاكس ... الخ ، ونشاط التدبير الفندقي House Keeping الذي يتألف بدوره أيضا من أنظمة فرعية أصغر أهمها: غرفة البياضات Linen Room ،والمخزن ، وغرفة الخياطة Sewing Room ، ... الخ . كما يتألف أيضا من نشاط الأطعمة والمشروبات Food and Beverage Department الذي يتألف بدوره من الأنظمة الفرعية الأصغر التالية: نشاط الطعام ، والمطاعم والمشارب ، ونشاط خدمة الغرف ، ونشاط تقديم الطعام... الخ ، ونشاط المصبغة (المغسلة والمكوي Laundry)، ونشاط الأقسام المساعدة الذي يتكون بدوره من الأنشطة الجزئية التالية : قسم إدارة الأفراد والتدريب ، والقسم المالي والحسابات ، وقسم التسويق والبيعات ، وقسم الشراء ، وقسم السلامة (الأمن) ، وقسم الصيانة (الهندسية) ، ...الخ ،كل هذه النشاطات الجزئية المذكورة أعلاه متساوية في الأهمية ويعمل بعضها مع بعض لتحقيق أهداف الفندق ، وإن أي خطأ أو تقصير في إنجاز أي نشاط (قسم) منها يعود بالضرر على النشاطات الأخرى في الفندق ، كما تشكل بمجموعها نظاماً متكاملاً (الفندق)

٤ -الأهداف التي تسعى الفنادق إلى تحقيقها متعددة ومتنوعة وتختلف من فتدق إلى فندق آخر حسب نوعه وشكله، غير أن هناك أهداف مشتركة تسعى جميع الفنادق إلى تحقيقها أهمها : تقديم خدمات المأوى والطعام والشراب للأفراد مقابل أجر محدد .

- انتشار وتوسع صناعة الفنادق

يعتبر الفندق في يومنا هذا من إحدى المستلزمات الضرورية للحضارة الحديثة، ولهذا لا يمكننا تصور وجود بلد متحضر بدون فنادق.

وتوجد الآن بعض المعايير المعنية لقياس مدى تقدم بلد ما وهي عدد الفنادق العالمية والمتنوعة التي توجد فيه وخاصة من وجهة نظر السائح.

فالفندق إذاً لا يمثل تقدم نظام الضيافة فحسب بل أصبح وجوده الآن ضرورة لا يمكن الاستغناء عنها. لا يمكننا اليوم أن نتصور قيام بلد متحضر بدون وجود فنادق فيه تسمح بإقامة المسافرين والسياح الذين يتنقلون يوماً بعد يوم بل ساعة بعد ساعة في كل أنحاء البلاد لضرورة العمل أو لمجرد الراحة والاستجمام أو لأغراض أخرى.

وبالطبع هؤلاء المسافرين والسياح يحتاجون إلى إقامة مؤقتة أو بعضهم يحتاج إلى إقامة دائمة والمكان الوحيد الذي يستقبلهم هو الفندق، فالفندق إذاً بطبيعة الحال يقوم بإشباع حاجات ورغبات ضرورية في الحياة الحديثة أكثر من أي محل آخر.

إذاً فالفنادق تنتشر وتزداد وتتوالد مع:

(١) تزايد انتقال الأفراد من زمان إلى زمان ومن مكان إلى مكان بفضل تطور وازدياد وسائل المواصلات الحديثة والسريعة.

(٢) تزايد وانتشار واتساع وسائل النقل والطرق السريعة ، حيث تتواجد الفنادق على هذه الطرق ليجد المسافر فيها محطة راحة واستجمام خلال تنقله ومثال على ذلك نشوء الموتيلات على الطرق السريعة ونشوء فنادق المطارات ...الخ.

(٣) تعقيد الحياة وكثرة مشاكلها وتعقيد العمل أدى إلى الحاجة الضرورية لكل فرد ليتمتع بإجازة سنوية أو فعلية يخلد بها إلى الراحة والاستجمام بعيداً عن مكان إقامته وعمله وبالطبع المكان الوحيد الذي يأويه في حالة رحلته هو الفندق.

(٤) تقليل ساعات العمل وزيادة أجور العمل أدت إلى توفير دخل إضافي ووقت إضافي للأفراد، بحيث يستطيعون أن يوفروا جزء من هذا الدخل في السفر والترحال وكذلك الإجازات السنوية المدفوعة الراتب.

(٥) ازدياد الوعي الثقافي والاجتماعي لدى الناس وازدياد الرغبة في زيارة المدن والبلدان الأخرى بعد حلول السلام بالعالم وخاصة بعد الحرب العالمية الثانية.

(٦) زيادة حركة التجارة والصناعة والزراعة أدت إلى انتقال البضائع والمواد من مكان إلى آخر وسعى رجال الأعمال للحصول على العمل في زيارة مدن وبلدان أخرى، وبالتأكيد في حالة ترحالهم في أي مكان في العالم أول ما يحتاجه رجل الأعمال هو فندق يأويه.

ويذكر الأستاذ أبو بكر عمر الحميدي المستشار المصري بالسودان في مقالته " نظرة عامة على الإدارة الفندقية " والتي نشرت في مجلة السياحة العربية العدد (٣٣) تشرين الثاني - كانون الأول ١٩٧٢ بأن صناعة الفنادق لا تزال في تطور مستمر يسير على قدم المساواة مع تطور صناعة النقل، بل ويمكن القول بأن الفندق ليس في واقع الأمر سوى خدمة ثانوية لصناعة النقل، فمن هذه الصناعة يستمد الفندق العنصر الأساسي لحياته ألا وهو المسافر الذي يتعين إيوائه.

فهذه العلاقة البديهية للتطور القائم بين هاتين الصناعتين غدت اليوم أشد ارتباطاً وتداخلاً عن ذي قبل إلى أن أصبحتا الآن هما العنصران المكونان لصناعة السياحة،وصناعة الفنادق بخلاف كونها مرتبطة بصناعة النقل ارتباطاً وثيقاً بسبب وحدة العمل فإنها تكون معها تجانساً ملموساً من ناحية التكوين الاقتصادي.

فلا صناعة الفنادق ولا صناعة النقل تهدفان في نشاطهما إلى الإنتاج أو صناعة السلع. إنما يكون غرضهما تقديم خدمات كاملة للحياة الحديثة.

فالفنادق بفضل استعمال الآلات وتحسين الإنشاءات تتغير رويداً إلى أن أصبحت في عداد الصناعات، أي غدت مشروعاً فنياً كاملاً يستخدم فيه رأس المال والعمل على نطاق واسع مع التكنولوجيا الحديثة.

- الفندق والمجتمع The Hotel and the Community

أفضل عبارة نستطيع قولها " ما هو جيد للمجتمع هو جيد للفندق وما هو جيد للفندق جيد للمجتمع ". أدرك الناس أنه من الممكن الحصول على أعمال كثيرة بواسطة السفر والتنقل ولهذا السبب أخذت عدة دول ومدن عالمية تنظم مهرجانات فعالة لجذب السياح وأدركوا عندما يؤمن إلى السائح الراحة والأمان والمأكل والمشرب والإيواء عندها يمكن جذبه أكثر إلى المدينة المعنية وإلى خدماتها الترفيهية والاقتصادية الأخرى، لهذا السبب أخذت المدن الكبيرة في العالم تنشأ مكاتب سياحية متخصصة لتنظيم المؤتمرات والاجتماعات المحلية والعالمية ويعتمد نجاح هذه المؤتمرات والاجتماعات على قابلية المدينة المعنية في توفير الإقامة والراحة الترفيهية الجيدة لهؤلاء الزوار، ولكن يعتقد بعض الناس أن المستفيد الوحيد من هذه الاجتماعات والمؤتمرات هو الفنادق ولكن التجربة أثبتت عكس ذلك. المدن التي

تقيم مؤتمرات واجتماعات تستلم كمعدل ٣٠٠ دولار عن كل شخص يحضر المؤتمر وتستلم الفنادق ٤١٪ من كل دولار ينفق داخل المدينة و نسبة ٥٩٪ الباقية تنفق على الخدمات الترفيهية الأخرى.

أما تفاصيل المصروفات اليومية (كمعدل) التي يصرفها الزائر في المؤتمر فهي موضحة كالتالي:

نوع المصاريف اليومية	النسب إلى المجموع
الفندق (الغرف والطعام والشراب)	٤١٪
المطاعم الأخرى في المدينة	١٥,٦٦٪
المشروبات	٧,٤٩٪
محلات التسويق	١٥,٣٣٪
المواصلات المحلية	٠٤,١٠٪
المسارح والسينما	١,٧٧٪
المناطق السياحية (الجولات السياحية المحلية)	١,١٤٪
المهرجانات الرياضية	٥,٥٩٪
إيجار السيارات	١,٩٢٪
مصاريف أخرى	٦,٠١٪
المجموع	١٠٠٪

ويتضح من الجدول أن ٤١٪ من مصاريف الزوار في سياحة المؤتمرات تصرف فقط في الفندق أما ٥٩٪ الأخرى فيتم صرفها في داخل المدينة التي يقام بها المؤتمر أو الاجتماع ومن هذه النسبة يلاحظ مدى الفائدة التي يحصل عليها المجتمع من خلال الفندق.

ونستطيع الآن أن نحدد ثلاث مجتمعات في الدولة تستفيد استفادة مباشرة أو غير مباشرة في وجود الفنادق:

(١) المجتمع الأول:

ونقصد به المحلات والشركات المجاورة لبناية الفندق كأن تكون في حي معين ، فإن أصحاب هذه الأماكن يستفيدون من وجود فندق بالقرب منهم وذلك لتوفير طرق المواصلات العمومية والخاصة لهم وتوفير وسائل الاتصالات الحديثة لهم ونظافة شوارع المنطقة وإيصال الخدمات الضرورية الأخرى وتوفير الأمن لهم.

وكذلك في حالات محلات التسويق القريبة من الفندق حيث يتحسن عملها ويزداد وكذلك المطاعم المجاورة للفندق لأن المبلغ الذي ينفقه السائح داخل الفندق قليل بالنسبة لما ينفقه بالنزهة والترفيه خارج الفندق.

(٢) المجتمع الثاني:

ونقصد به المدينة التي يقع بها الفندق، وبالطبع تستفيد من وجود الفندق فيها، وذلك بتقديم الخدمات إلى السياح كالمسارح والسينما والمطاعم ومحلات التسويق ومحلات الخدمات الأخرى وكذلك المواصلات العامة والمناطق السياحية الأخرى وكذلك يساعد وجود الفنادق على تقليل نسب البطالة وتنشيط الحركة التجارية والزراعية والصناعية.

كما تساعد وجود الفنادق التجارية الضخمة في المدينة إلى تغيير الحالات الاجتماعية والعادات والتقاليد.

نلاحظ في بعض الأقطار أنه قبل إنشاء فنادق حديثة في البلد، كان قليل من الناس يرتادون الفنادق وخاصة العائلات أما بعد إنشاء الفنادق الحديثة نرى أن معظم الناس والعائلات أخذت تتجه إلى الإقامة فيها في العطل والمناسبات الرسمية أو الذهاب إلى المطاعم في الفنادق أو إقامة حفلات الزواج أو الحفلات الأخرى في داخل قاعات الفندق.

وأصبح الفندق الآن هو المكان المفضل لقضاء شهر العسل أو الخلود إلى الراحة والاستجمام والهدوء.

(٣) المجتمع الثالث:

ونقصد به الدولة ككل والتي تقع فيها الفنادق. إن الدولة التي تشجع على إنشاء الفنادق تنشط وتدعم السياحة الوافدة للدولة، وهذا بدوره يساعد على حصول الدولة على العملات الأجنبية وعلى تنشيط قطاع الخدمات بشكل معين حتى يفي برغبات وحاجات السياح وكذلك تحسين طرق المواصلات وتحسين المرافق العامة الأخرى وبالتالي تنشيط الحركة الاقتصادية والمالية والتجارية والزراعية لكل بلد.

ونلاحظ أن هناك دول كثيرة أخذت تحسن وضعها الاقتصادي بالانفتاح على السياحة وهذا بدوره يؤدي إلى إنشاء الفنادق فيها.

- أهمية صناعة الفنادق The importance of hotels industry :

إن تحليل إحصائيات الفنادق في معظم بلدان العالم الثالث يبين أن عدد الفنادق الكلية قد أزداد فيها في السنوات الأخيرة بنسب متفاوتة وذلك نظراً لأهميتها المتنامية لأفراد المجتمع والاقتصاد الوطني التي تكمن في المحاور الرئيسية التالية : توفير الخدمات للأفراد ،والحصول على الإيرادات والعملة الصعبة ، وتأمين فرص العمل ، وتعليم وتدريب الأفراد العاملين في المجالات المختلفة للفندقة ، وتنمية

المناطق الجغرافية التي يتم إنشاؤها فيها وتطوير الصناعات المرتبطة بها ، وفيما يلي شرح موجز لكل محور منها :

أولاً : تقديم الخدمات للأفراد

تبين المراجع النظرية المتخصصة أن الفنادق في العصر الحالي لا تقدم للأفراد خدمة الإيواء فقط وإنما أخذت تقدم لهم كل التسهيلات والحاجات الضرورية مثل المأكولات والمشروبات والمطاعم المتخصصة والصالات العامة وتنظيف الملابس والنوادي الرياضية والمسابح ومحلات شراء البضائع والخدمات المصرفية والبريدية والهاتفية بالإضافة إلى الخدمات الأخرى مثل السكرتارية والترجمة ... الخ ، كما أن الواقع التطبيقي يبين وجود أكثر من ثمانية أقسام فندقية داخل الفندق الحديث مختلفة ومتخصصة تخصصاً دقيقاً تعمل بشكل متكامل من أجل تحقيق هدف واحد ألا وهو تلبية حاجة الضيوف ورغباتهم

فالفنادق في الوقت الحالي تعتبر أحد مستلزمات الحضارة الحديثة كمراكز اجتماعية وثقافية تلبي حاجات المجتمع ورغباته وتسمح بإقامة المسافرين الذين ينتقلون يوما بعد يوم بل ساعة بعد ساعة في شتى أنحاء المعمورة إما لضرورة العمل أو لمجرد الاستجمام أو لأغراض أخرى بعيدا عن مواطنهم الأصلية ، فإحصائيات الفنادق في دولة الإمارات العربية المتحدة تبين أن العدد الكلي للنزلاء من مختلف الجنسيات في الفنادق من مختلف الدرجات فيها قد بلغ١٠١٦٥,٦٠٧ في عام١٩٩١. تحليل إحصائيات الفنادق في الكتاب الإحصائي السنوي لعام ١٩٩١ لسلطنة عمان يبين أن عدد النزلاء الكلي من مختلف الجنسيات بمن فيهم العمانيون في فنادق ووسائل الإيواء Hotels and Motels فيها قد أزداد من١٦١٨٨١ نزيلا في عام ١٩٨٩ إلى ١٨٣٤٧٢ نزيلا في عام ١٩٩٠ ثم أزداد ليصل إلى ٢١٤٤٣٥ نزيلا في عام ١٩٩١ أي بمعدلات زيادة مقدارها ١٣,٣٣٧٪ ، ١٦,٨٧٦٪ على التوالي .

ثانياً : الحصول على الإيرادات والعملة الصعبة

تعتبر صناعة الفنادق ركناً أساسياً من أركان السياحة نظرا لما تقدمه من خدمات وظيفية في ميدان الاقتصاد الوطني وذلك نتيجة الأموال التي تضخها ولكونها وسيلة للحصول على العملة الصعبة اللازمة لتنفيذ خطط التنمية الشاملة في بلدان العالم الثالث خاصة إذا توفرت فيها الإدارة الجيدة التي تطبق الأسس العلمية الصحيحة للإدارة والتنظيم ، فهي تستحوذ على نصيب الأسد من ميزانية الضيف ، حيث أن الدراسات والأبحاث تبين أن الفرد الذي يزور دولة ما ينفق ٣١,٩٩٪ من ميزانيته على الفنادق .

تحليل إحصائيات الفنادق في معظم بلدان العالم الثالث يؤكد أهمية الفنادق كمصدر رئيسي للحصول على الإيرادات الضخمة ، فعلى سبيل المثال نجد أن تحليل إحصائيات الفنادق في سلطنة عمان يبين أن

الإيرادات الكلية للفنادق ووسائل الإيواء (إيجارات الغرف ، ومبيعات المطاعم ، ومبيعات المشروبات ، وإيرادات أخرى) فيها قد ازدادت من ٢١,٦ مليون ريال عماني في عام ١٩٨٩ إلى ٢٦,٥ مليون ريال عماني في عام ١٩٩٠ أي بمعدل زيادة مقدار ٢٢,٦٨٥٪

ثالثاً : توفير فرص العمل

تبين المراجع النظرية المتخصصة أن الصناعة الفندقية من أكبر الصناعات في العالم توليداً لفرص العمل ، إذ تعتبر مصدراً هاماً للعمالة سواء كانت مباشرة أم غير مباشرة ، فبالإضافة إلى العمالة المباشرة التي توفرها مئات من الصناعات المغذية للصناعة الفندقية سواء في مرحلة الإنشاء كشركات المقاولات والبناء أو في مرحلة التجهيز بالأثاث والأرضيات والديكورات وأجهزة المطابخ والمصاعد ... الخ أو في مرحلة التشغيل التي تقوم بدورها باستخدام منتجات وخدمات آلاف من المنشآت الموردة لجميع أنواع الطعام والشراب المختلفة وكذلك تجهيزات الإقامة ... الخ .

فإحدى الدراسات في الهند تبين أن الغرفة الواحدة في الفندق توفر ٢٠,٥ فرصة عمل موزعة كما يلي : ٢,٥ فرصة عمل مباشرة و ١٨ فرصة عمل غير مباشرة في شكل صناعات مغذية للفنادق كالطعام والشراب والعدد والأدوات وأجهزة التكييف والمصاعد ومعدات المطابخ والغسالات والأثاث ... الخ .

كما أن تحليل إحصائيات الفنادق في البلدان العربية وغيرها يؤكد أهمية الفنادق في مجال توظيف الأفراد العاملين وخلق فرص عمل جديدة ، فكما هو ملاحظ من الجدول رقم (١) أن عدد الأفراد العاملين في الفنادق السياحية في المملكة الأردنية الهاشمية قد أزداد من ٤٦٦٣ في عام ١٩٩٣ إلى ٤٨٢٨ في عام ١٩٩٤ أي بمعدل زيادة مقداره ٣,٥٣٨٪ . كما أن عدد الأفراد العاملين في الفنادق غير السياحية فيها قد أزداد من ٤٤٤ في عام ١٩٩٣ إلى ٤٦٢ في عام ١٩٩٤ أي بمعدل زيادة مقداره ٤,٠٥٤٪ .

البيـان	١٩٩٣	١٩٩٤
- فنادق سياحية (Classified Hotels)	٤٦٦٣	٤٨٢٨
- فنادق غير سياحية (Unclassified Hotels)	٤٤٤	٤٦٢
- مكاتب السياحة والسفر	١٣٦٥	١٤٧٨
- مكاتب تأجير السيارات	٢٥٠	٤٠٠
- متاجر التحف الشرقية	٢٥٠	٣٠٠
- إدلاء السياحة	٢٤٠	٣١٧
- مرافقو الرواحل	٣٨٥	٣٨٧

جدول رقم (١)عدد الأفراد العاملين في النشاط السياحي في المملكة الأردنية الهاشمية خلال عامي ١٩٩٣ ، ١٩٩٤ .

رابعاً : تعليم وتدريب الأفراد العاملين في المجالات المختلفة للفندقة

معظم الفنادق يمكن أن تلعب دورا هاما في مجال تعليم الأفراد العاملين وتدريبهم من مختلف الفئات : إداريين ،وفنيين وطلاب ، ... الخ ، في المجالات المختلفة للفندقة وغيرها من المجالات الأخرى ذات الصلة بغرض زيادة كفاءتهم وإلمامهم بالعمل وتطوير مهاراتهم وترقيتهم لكي يقوموا بأعمالهم على أفضل وجه وبأقل جهد وتكلفة ممكنة وذلك باستخدام أهم طرق التعليم والتدريب فيها وهي : التعليم والتدريب أثناء العمل ، والتعليم والتدريب بواسطة المحاضرات والندوات ، والتعليم والتدريب بواسطة الحالات العملية Case study خاصة وأن المستويين الثاني والثالث فيها ،كما تشير المراجع النظرية المتخصصة ، تضم وظائف متعددة ومتنوعة تحتاج إلى قدرات متفاوتة من الخبرة والتدريب والمهارة ، أضف إلى ذلك أن الواقع التطبيقي يؤكد أهمية المهارات الإنسانية في نجاح أي فندق . إن تنمية مهارات التعامل مع الناس سواء أكانوا رؤساء أو مرؤوسين أو ضيوفا تعتبر من العوامل المحددة لنجاح العمل داخل الفندق سواء إلى مستوى الإدارة العليا (مدير الفندق ومساعديه) أو على مستوى الإدارة الوسطى (رؤساء الأقسام كالتدبير الفندقي والمكتب الأمامي والأطعمة والمشروبات .. الخ) أو على مستوى الإدارة المباشرة (مشرفي الأدوار)

خامساً : تنمية المناطق الجغرافية التي يتم إنشاؤها فيها وتطوير الصناعات المرتبطة بها

المراجع النظرية المتخصصة والواقع التطبيقي يبينان بوضوح أهمية صناعة الفنادق في تنمية المناطق الجغرافية التي يتم إنشاؤها فيها ، فالفنادق تعمل على تنمية البنية التحتية للمنطقة الجغرافية التي يتم إنشاؤها فيها وهي : الدور ومحلات التسوق والمطاعم والمشارب والشركات المختلفة ... الخ المحاذية والقريبة منها حيث يتحسن عملها ويزداد وذلك نتيجة لنسب الإنفاق العالية التي يصرفها السائح فيها فالإحصائيات العالمية تبين أن ٥٩٪ من النفقات اليومية التي يصرفها السائح أو الزائر يتم صرفها في المناطق الجغرافية التي يقع الفندق فيها ، فضلا عن أن الفنادق تساهم في تطوير صناعات كثيرة لازمة ومكملة ومرتبطة بنموها ونجاحها وهي : صناعات الغزل والنسيج ، والأثاث ، وأجهزة التكييف ، مواد البناء ، والأطعمة والخضراوات والفاكهة والحرف اليدوية ... الخ ، هذا بالإضافة إلى أثرها في صناعة النقل والمواصلات وخدمتها للنشاط السياحي كمكاتب الطيران ومحلات العاديات والأنشطة الترفيهية والثقافية ... الخ.

خصائص صناعة الفنادق Characteristics of hotels industry

يتميز النشاط الفندقي بالصفات التالية:

أ - حساسية النشاط الفندقي للأحداث السياسية، فأي أحداث سياسية تقع في دولة ما قد تؤثر على المنطقة كلها والمثال على ذلك الحروب المستمرة في الشرق الأوسط والخلافات السياسية بين الدول ، حيث أثرت هذه الأحداث على نمو عملية السفر إلى هذه المنطقة بشدة أدت إلى صعوبة التنبؤ بها .

ب - حساسية النشاط الفندقي للظروف الاقتصادية للدول التي تصدر الزوار ، فالعملة القوية تمكن مواطنها وحاملها من السفر ولإنفاق بسخاء في الدول التي تعاني من انخفاض عملتها .

ت - يعتبر مفهوم الخدمة من المفاهيم الأساسية في الصناعة الفندقية حيث يقاس النجاح بمستوى الخدمة المقدمة وهذا يتطلب القياس المستمر لدرجة رضاء النزلاء لهذه الخدمات.

ث - يعتبر العنصر البشري هو العنصر الأساسي في الصناعة الفندقية، فبالرغم من تطور الآلية والميكنة إلا أن ذلك لم يقلل من أهمية العنصر البشري لأن الخدمة الفندقية تتم من خلال التعامل المباشر مع النزلاء.

ج - هناك العديد من الأنشطة المختلفة التي تتم داخل الفندق في نفس الوقت كخدمات الإقامة وإعداد الطعام وتقديم الشراب وهذا يتطلب المقدرة على التنسيق لضمان تقديم هذه الخدمات بكفاءة وهذا يبرز دور الإدارة المحترفة.

ح - ساعات العمل ٢٤ ساعة يومياً و٧ أيام في الأسبوع، فالعاملون في هذه الصناعة يعملون بينما الآخرون في إجازة وفي حالة استرخاء، بمعنى آخر أن النشاط الفندقي يتميز بنظام الخدمة المستمرة (Ongoing system) على مدار اليوم

خ - تأثر النشاط الفندقي بالموسمية وهذا إحدى مشاكله الأساسية وهذا يتطلب الإعداد والتسويق لبرامج شاملة وبأسعار مخفضة في أوقات انخفاض الطلب.

- المشكلات التي تواجه صناعة الفنادق **Problems facing hotels industry**

إن تحليل الخصائص المميزة المذكورة أعلاه للصناعة الفندقية يمكننا من تحديد أهم المشكلات التي تواجه هذه الصناعة ممثلة فيما يلي:

إن أصعب مشكلة تواجه هذه الصناعة هي أنها صناعة كثيفة رأس المال والأصعب من ذلك أن أغلب هذه الأموال تعتبر تكاليف غارقة في المباني والأرض حيث أنه عادة ما يتم بناء معظم الفنادق في وسط المدينة وفي الأماكن التي ترتفع فيها أسعار الأراضي هذا بالإضافة إلى استثمار جزء كبير من رأس المال في المباني والتجهيزات والأثاث وهذا يسبب مشاكل يندر أن توجد في أي صناعة أخرى.

١- لا يستطيع أي فندق مهما كانت إدارته ناجحة أن يحقق معدل إشغال ١٠٠٪ إلا بصعوبة كبيرة ولكن ذلك يمكن تحقيقه في صناعات أخرى كثيرة.

٢- من الصعب على الفندق أن يغير نشاطه أو المنتج أو الخدمات التي يقدمها ، فإذا أنخفض الطلب نتيجة لظروف اقتصادية أو سياسية فإن الإيراد الضائع لن يعود أبدا بعد لأن المعيار هو بيع الليلة الفندقية فإذا لم يحضر النزيل في هذه الليلة إلى الفندق فإن هذه الليلة لا يمكن بيعها بعد ذلك أبدا ، وقد يحدث العكس في الصناعات الأخرى حيث يمكن تخزين المنتج إلى أن تتحسن الظروف ويتم بيعه.

٣- إن رضاء العميل عن الخدمة الفندقية من الممكن أن يتدخل فيه عوامل غير موضوعية كثيرة وذلك لاختلاف العوامل الثقافية للنزلاء فما يرضي النزيل الألماني قد لا يرضي النزيل الإنجليزي أو العربي أو الأمريكي ، وهذا يجعل الصناعة الفندقية من أصعب الصناعات أمام رجل التسويق ففي الصناعات الأخرى هناك خصائص معينة للمنتج متفق عليها يتم من خلالها قياس مدى رضاء العميل .

٤- نظراً لارتفاع مستوى المعيشة وإمكانية الحصول على الراحة والاستمتاع داخل المنزل فإن الصناعة الفندقية بدأت تواجه منافسة من النزلاء أنفسهم حيث أن لديهم كل ما في الفندق بل وأكثر مما دفع الكثير من الفنادق إلى بذل أقصى جهد لإشباع حاجات النزلاء وهذا يضيف عبء جديد على موارد الفندق وإدارته .

٥- للبيانات دور أساسي في الصناعة الفندقية ولكن تحتاج هذه الصناعة بيانات دقيقة عن تاريخ النزلاء وثقافتهم ومتطلباتهم في الخدمة هذا بالإضافة إلى بيانات كاملة عن آلاف السلع والخدمات وهذه البيانات مكلفة جداً ولا يستطيع دفع تكلفتها إلا الفنادق الكبرى ذات الإمكانيات المالية الضخمة .

٦- إن الصناعة الفندقية صناعة موسمية يتراوح معدل أشغالها من ٣٠٪ - ٥٠٪ في فنادق المنتجعات أو المصايف ومن ٥٠٪ - ٩٠٪ في فنادق وسط المدينة .

الفندق لا يستطيع أن يستخدم كل أصوله بربحية كل يوم عكس باقي الصناعات وهذا يمثل أكبر مشكلة أمام الإدارة بالإضافة إلى عدم قابلية الخدمة للتخزين، وتعكس هذه الخصائص والمشكلات المرتبطة بها المذكورة أعلاه تحديا أساسيا أمام مديري الفنادق شركات الإدارة المتخصصة، ولعل من أهم هذه التحديات هو استيعاب هذه المتغيرات ومحاولة التنبؤ بسلوكها في المستقبل وإعداد الخطط اللازمة للتكيف معها والاستفادة منها لصالح الفندق .

- **طبيعة الاستثمار في صناعة الفنادق Investment in hotels industry**

تعكس الخصائص المذكورة في مكان سابق طبيعة الصناعة الفندقية، فهذه الخصائص تؤثر إلى درجة كبيرة على الاستثمارات الموجهة إلى هذا القطاع إذا ما قورن بالقطاعات الأخرى.وهذا يعكس مجموعة من الأساسيات لابد من أخذها في الاعتبار وهي:

أ - إن الفندق مؤسسة أو نشاط ثابت يصعب نقله أو تحريكه فهو لا يذهب إلى المستهلك بل المستهلك هو الذي يجيء إليه بمعنى آخر أن الخدمة يجب أن تستهلك في مكان إنتاجها وهذا يتطلب قدرة فائقة ومستمرة للتسويق ومحاولة جذب النزلاء إلى الفندق .

ب - يقدم الفندق تشكيلة متنوعة من الخدمات كخدمات النوم والطعام والشراب والغسيل والكي ... الخ ، وهذا يوضح تنوع المنتج و الخدمة المقدمة وبالتالي تظهر الحاجة إلى تحديد الخدمة المطلوبة لكل شريحة والوصول إليها بوسيلة الاتصال والحصول على رضائها.

ت - الخدمة الفندقية لا تخزن فالغرفة التي لاتباع اليوم تبقى كذلك حتى نهاية عمر المشروع ولا يمكن بيعها بعد ذلك أبدا وهذا يعكس أهمية بذل أقصى مجهود لتقليل الغرف غير المباعة إلى أدنى حد ممكن واستعداداً لتحمل ذلك إذا ما عجز رجل التسويق عن بيع هذه الغرفة .

ث - يقدم الفندق خدماته للأفراد والمجموعات وذلك يتطلب إعداد برامج وأسعار ووسائل إقناع للفرد والتي قد تختلف تماما عما هو مطلوب بالنسبة للمجموعات .

ج - حجم الاستثمار مرتبط بدرجة الفندق سواء كان ٣ أو٤ أو٥ نجوم ، وهذه المشكلة لا تظهر في الصناعات الأخرى حيث أن هناك معايير للأصول الثابتة في كل صناعة وكذلك لرأس المال العامل .

ح - الفندق لا يستطيع تغيير منتجاته أو خدماته مثل بعض المشروعات وعلى هذا فالاستثمار أبدي وهذا يعكس صعوبة القرار الاستثماري في هذا النوع من الاستثمار وضرورة دراسة جدواه دراسة خاصة تعكس كل الخصائص المذكورة في مكان سابق .

خ - تعتبر الفنادق من أكثر المشروعات عرضة للتضخم وارتفاع أجور العمالة وذلك لأن اغلبها يعتمد على القروض في البناء وهذا يؤثر تأثيرا سلبيا خاصة في الدول التي تعاني من انخفاض قيمة عملتها خاصة إذا ما كانت القروض بالعملة الصعبة .

د - يتراوح الاستثمار في الأصول الثابتة من ٧٠٪ - ٩٠٪ بينما يمثل الاستثمار في الأصول المتداولة من ٣٠٪ - ١٠٪ وعلى هذا فإن قرار الاستثمار يعتبر قرار استراتيجي ولابد من دراسته في ضوء الظروف الاقتصادية المتوقعة خلال عمر المشروع مع أخذ كل الظروف في الاعتبار .

- **متطلبات النجاح في صناعة الفنادق How to succeed in hotels industry**

لضمان واقعية متطلبات النجاح في هذه الصناعة سيتم الاعتماد على خبرات الرواد الأوائل وممارستهم ومعادلاتهم الإدارية التي حققت نجاحا باهراً في أعمالهم ، من خلال العمل الجاد والتصور الجيد للمستقبل والبدء بحاجات الضيف والحكمة في اتخاذ القرارات ، ثم تطوير المعايير والإجراءات اللازمة التي اتبعها الكثيرون ومازالوا يتبعونها إلى الآن في إدارة عمليات وأنشطة هذه الصناعة ،هذا مع ملاحظة تنوع واختلاف مكونات معادلة النجاح لكل رائد من هؤلاء الرواد.

أ - فمنهم من اهتم بكمال العمل والخدمة والاهتمام بكل صغيرة وكبيرة بالإضافة إلى بذل كل مجهود للتنبؤ بحاجات الضيوف وإشباعها ثم تدريب العاملين عليها خاصة في الأيام الأولى لتشغيل الفندق لغرسها في أدائهم وكل ذلك في ضوء إيمان عميق بمفهوم الخدمة وتطبيق هذا المفهوم مع الضيوف .

ب - وهناك مكونات أخرى لمعادلة أخرى ركزت على ضرورة البدء باختيار شريحة الضيوف التي يتم خدمتها وبالتالي التفاني في خدمة هؤلاء الضيوف ، بالإضافة إلى الاهتمام برقابة المأكولات والمشروبات والاهتمام بزي ومظهر الموظفين (كبائعين للخدمة) ، وبالتطوير والتجديد في الخدمات المقدمة لتحقيق التميز والأفضلية ، هذا مع الإيمان العميق بأن التفاني في أداء الخدمة هو أساس النجاح ، حيث أن الفرد الذي يتقدم وينجح في عمله هو الفرد الذي يقدم خدمات نافعة أكثر لمن يخدمهم ، والاعتقاد الراسخ لديه بأن الضيف دائما على حق .

The guest is always right

ت - أما المعادلة الثالثة فمنفذها هيلتون صاحب سلسلة فنادق هيلتون الشهيرة ، فهو أول من أدخل فكرة فنادق السلسلة المنتشرة في جميع أرجاء العالم من خلال سلسلة فنادق هيلتون ، ولقد بدأ هذه السلسلة بتأجير الجزء الخلفي من متجر كان يعمل فيه مع والده لرجال البيع الجائلين ثم بدأ بعد ذلك بشراء أول فندق عام ١٩١٩ ، ثم جاء عام ١٩٢٩ وهو يمتلك سبعة فنادق ثم بدأ عام ١٩٤٩

في تكوين شركة هيلتون العالمية للفنادق وهي الآن تمتلك وتدير ٧٦ فندقا حسب إحصائيات عام ١٩٨٨ ، غير أن ما يهمنا هو مكونات معادلته الإدارية ، فلقد اشتهر بقدراته التنظيمية الفائقة ، حيث تدار الفنادق بطريقة لا مركزية مع الحفاظ لكل فندق بشخصيته وطابعه المميز ولكن في نفس الوقت هناك بعض الوظائف التي تدار بطريقة مركزية كنشاط الحجز والمحاسبة والمشتريات .

ث - والمعادلة الرابعة طورها ماريوت صاحب سلسلة فنادق ماريوت الشهيرة والتي اعتمدت بصفة خاصة على التنويع في العمليات والخدمات المقدمة فلقد بدأ بتقديم الطعام لأطقم طائرات إحدى شركات الطيران ، أما الآن فتعتبر الشركة رقم (١) التي تقدم خدمات الطعام في العالم لركاب الطائرات ، وفي أثناء الحرب العالمية الثانية كان مسئولاً عن تقديم الطعام في مواقع المعارك الحربية ، وأخيراً بدأ عام ١٩٥٧ في دخول عالم الفندقة وعهد إلى ابنه بل ماريوت بإدارة النشاط الفندقي للشركة ، ويمكن تلمس باقي مفردات المعادلة من الأنشطة التي تتميز بها شركة ماريوت العالمية وهي البحث الدقيق والتعرف على متطلبات الضيوف واستخدام كل الطرق المبتكرة لإشباعها بالإضافة إلى الرقابة المباشرة وعمل الزيارات الدورية والمتكررة لمواقع النشاط المختلفة ومراجعة أدائها ، وبالرغم من أنها شركة متعددة الأنشطة فهي تدار مركزياً حيث يتم وضع الأسس والمعايير بواسطة الإدارة العليا ثم تطبق في باقي أرجاء الشركة ، وهناك ثلاثة أفكار عامة ولها نفس الأهمية تحكم العمل داخل الشركة كفلسفة وهي :

- تقديم الخدمة بطريقة مهذبة وودودة للضيف
- تقديم طعام ذو جودة عالية وبسعر معتدل
- العمل بجد ليل نهار لتحقيق الربح .

وتوضح مكونات المعادلات السابقة أن هؤلاء الرواد قد ساهموا مساهمة كبيرة في تطوير صناعة الفنادق .ومن خلال مراجعة خلفيات هؤلاء الرواد يتضح أنهم كانوا يشتركون في صفات متشابهة أدت إلى نجاحهم في أعمالهم ، ويلاحظ أن جميعهم كانوا يعملون بجد واجتهاد وتفان وإخلاص ويتحرون الكمال في كل ما يفعلونه ، بالإضافة إلى اهتمامهم واقتناعهم بمفهوم ومستوى الخدمة الرفيع الذي يجب أن يقدم للضيوف ووضع هذا المفهوم موضع التطبيق ، ويلاحظ أنهم جميعاً يشتركون أيضاً في الإيمان بالتحديد الدقيق لنوعية ضيوفهم واحتياجاتهم ورغباتهم ثم بعد ذلك تكريس كل جهودهم لتحقيق وإشباع هذه الرغبات هذا بالإضافة إلى التجديد والابتكار في تقديم الخدمات . إنهم يبحثون دائماً عن طرق أفضل وفي نفس الوقت طرق جديدة لأداء مهامهم ، وفي نفس الوقت لديهم المقدرة على

المواجهة والتغلب على الصعاب والمحن التي تواجه منظماتهم ، ومن خلال الاقتناع بجدوى هذه الصفات ومحاولة تملكها يستطيع القارئ أن يحقق النجاح الذي حققه هؤلاء وأن يساهم في تطوير صناعة الفنادق كما ساهم هؤلاء بشرط توافر الرؤية المستقبلية السليمة والتصميم على تحقيقها من خلال بذل المجهود المناسب لذلك .

- علاقة الفنادق بصناعة السياحة

لا يخفي أن السياحة أصبحت مورد سريع للعملات الحرة في كثير من الدول و خاصة الدول النامية التي تعتبر هذه الصناعة خير مورد و عماد لاقتصادها الوطني. قالت منظمة السياحة العالمية أن السياحة في القرن الحالي سوف تصبح أضخم صناعة في العالم كما أنها أهم مورد للعملات الصعبة و أن هذه الصناعة توفر العمل لمائتي مليون شخص حول العالم و أن ضرائب النشاط السياحي تمد الحكومات بمئات الملايين من الدولارات.

و قال فرنسيسكو فرنجيالي سكرتير عام المنظمة أن تقارير النشاط السياحي الدولي الأخيرة تؤكد أن مناطق العالم السياحية شهدت تدفق ٦٥٧ مليون سائح أنفقوا ٤٥٥ مليار دولار بزيادة ٣٪ عن حركة عام ١٩٩٨ و أن مناطق الشرق الأوسط و أمريكا اللاتينية و شرق آسيا و الباسيفيك قد حققت نمواً ملحوظاً

في عدد زوارها و أن الدراسات المستقبلية تتوقع خلال الألفية الجديدة استمرار تزايد حركة السياحة الدولية و أن ألمانيا هي أكبر قوة سياحية في العالم بعد الولايات المتحدة.

و تشجيعا للسياحة كأحد المصادر الجديدة للدخل القومي وافقت السلطات السعودية على الخطوط العريضة لتيسير منح تأشيرات دخول سياحية و خاصة للأجانب. السياحة الأجنبية سوف تقتصر على المجموعات التي يتولى منظمو الرحلات السعوديون مرافقتها للمزارات مع التأكد من مغادرتهم المملكة فور انتهاء الرحلة و كانت المملكة العربية السعودية قد وافقت أخيرا على تنقل الحجاج في أنحاء المملكة بدلا من قصر حركتهم على مكة و المدينة.

و توقع فرنسيسكو فرنجيالي سكرتير عام منظمة السياحة العالمية التي تضم في عضويتها ١٣٨ دولة أن يبلغ عدد السياح الذين يجوبون العالم بحلول ٢٠٢٠ نحو ١,٥٦ مليار سائح سنويا و هو رقم يزيد عن ضعف العدد المتوقع في عام ٢٠٠٢ أي ٦٦٨ مليون سائح تقريبا و يبلغ عدد السياح المتوجهين إلى أوروبا سنويا ٤٠٠ مليون سائح.

كما أكد مجلس وزراء السياحة العرب الذي عقد في الأردن و افتتحه العاهل الأردني الملك عبد الله الثاني في عام ٢٠٠١ م بحضور ١٩ دولة عربية و ١٤ وزيرا للسياحة و مشاركة ممثلون عن القطاع الخاص السياحي العربي و المنظمات و الاتحادات الدولية على ضرورة تشجيع السياحة العربية البينية و حتمية تعظيم دور صناعة السياحة كنواة لقيام تكتلات سياحية عربية تستطيع أن تجد لها مكاناً لائقاً في سوق السياحة العالمية.

☑ فوائد السياحة:

أ - فوائد السياحة على التنمية الاقتصادية:

لصناعة السياحة فوائد كثيرة على التنمية الاقتصادية فهي تعتبر مورد هام للعملات الصعبة و توفر كثير من فرص العمل وتساعد على رواج السلع و الأسواق مما يعود بالنفع على الميزان التجاري للدولة.

ب - فوائد السياحة على التنمية الاجتماعية:

تساهم السياحة في رفع المستوى الثقافي للشعوب نتيجة احتكاكهم بالثقافات المختلفة للسياح القادمين من الخارج و الانفتاح الإيجابي على حضارات الدول الأخرى كما تساعد على ترسيخ مبدأ السلام و التسامح بين الدول المختلفة.

ج - فوائد السياحة على إبراز الفاعلية السياسية للدول:

يمكن لكثير من السياح القادمين التزود ثقافيا ومعرفة هموم وقضايا الأمة العربية ومناصرتها عن طريق نقل الصورة الإيجابية لهم عن السلوك الحضاري المتسامح للعرب. كما يمكن للدول عقد مؤتمرات سياحية فيها تساعد على إبراز اسمها على خريطة المحافل العالمية.

وقبل الخوض في التعرف على معنى السياحة و مفهومها كصناعة آخذة في النمو و التطور لابد من تعريف بعض المفاهيم السياحية:

- السياحة: هي ممارسة نشاط اجتماعي من خلال الانتقال من مكان لأخر لمدة تزيد عن ٢٤ ساعة لأي غرض بخلاف غرض الإقامة أو الهجرة.
- السائح: هو زائر مؤقت للبلد لأي غرض غير الإقامة لمدة لا تتجاوز ١٢ شهر ولا تقل عن ٢٤ ساعة. منظمة السياحة العالمية عرفت السائح على انه كل شخص يقيم خارج موطنه المعتاد لفترة تزيد عن ٢٤ ساعة على أن لا تتحول هذه الإقامة إلى إقامة دائمة.

- الليالي السياحية: مجموع ليالي المبيت التي يقضيها السائحون خارج أوطانهم في وسائل الإقامة في البلد المستقبلة للسائحين.
- الطلب السياحي: اتجاه السائحين من الدول المصدرة للسائحين نحو الدول المستقبلة للسائحين حسب دوافعهم و أهدافهم المختلفة.
- العرض السياحي : وهو إجمالي المرغبات و الخدمات التي تقدمها الدولة المستقبلة للسائحين بغرض جذب أكبر عدد من السياح.
- النشاط السياحي: وهو مجموع الأعمال و الأنشطة التي تقدمها الدولة المستقبلة للسائحين بغرض إشباع حاجات و رغبات السياح.
- الإيرادات السياحية: هو أجمالي الإيرادات المباشرة و الغير مباشرة التي تعود على الدولة من ممارسة النشاط السياحي.
- الأنفاق السياحي: هو إجمالي ما تنفقه الدولة بغرض التنشيط السياحي لإشباع حاجيات السياح و جذب أكبر عدد منهم.

تعتبر السياحة مصدر هام للعملات الصعبة لكثير من الدول ولذلك اعتبرتها كثير من الدول النامية قاطرة للتنمية الاقتصادية بها فلم تبخل عليها من تسهيلات و إمكانات مادية و معنوية و إعداد كوادر بشرية قادرة على قيادتها و النهوض بها، و يمر العالم الآن بما يعرف - العولمة السياحية - و الذي تضمن تطبيق اتفاقية التجارة الحرة في الخدمات "الجاتس" التي وقعتها ١٢٥ دولة في المغرب في أبريل عام١٩٩٤ وبناء ا على ذلك تصبح الأسواق السياحية في تلك الدول مفتوحة لممارسة الأنشطة السياحية دون تفرقة أو قيود توضع على الشركات الأجنبية العاملة دونا عن مثيلاتها الوطنية في هذا المجال السياحي،

و السياحة الدولية شأنها كشأن أي نشاط اقتصادي تمر بفترات ازدهار أو كساد.

☑ **هل يمكن أن تكون السياحة صناعة؟**

الجواب هو نعم لأنه يطلق على أي مجال لقب صناعة إذا تحققت فيه أطراف المعادلة التالية:

١- الموارد الطبيعية: وتتمتع السياحة بكل الموارد الطبيعية البديعة من صنع الله سبحانه و تعالي من أنهار و حدائق و غابات و صحاري وسفاري و شواطئ بحار و محيطات.
٢- العمل: هو كيفية وجود عمالة تساهم في تقديم الخدمات السياحية للسياح من وسائل نقل و إقامة سياحية و خدمات سياحية أخرى متنوعة.

٣- رأس المال: وجود رأس المال اللازم لتوفير الإمكانيات المادية و المعنوية و التسهيلات المطلوبة لتنفيذ الخدمات السياحية من بنية تحتية و وسائل نقل و فنادق ووسائل اتصالات و تجهيزات أخرى متنوعة.

٤- تحقق الموارد و الأرباح وهي إما مادية أو معنوية: بوجود الأطراف السابقة للمعادلة يتم تحقيق الأرباح و العوائد المالية المرغوبة ومنها توفير فرص العمالة وتوفير العملات الصعبة للاقتصاد الوطني للدول.

و أدركت الدول و المجتمع الدولي أهمية السياحة و عقد أول مؤتمر على مستوى الأمم المتحدة للسفر و السياحة في روما ١٩٦٣و اجتمعت الدول لبحث سبل تشجيع السياحة في كافة أنحاء العالم.

☑ عناصر و مقومات الجذب السياحي:

-تنقسم عناصر الجذب السياحي إلى:

١- عناصر جذب طبيعية : وتشمل شواطئ البحار والغابات و الصحاري و السفاري والجبال.

٢- عناصر جذب تاريخية: و تشمل الآثار و ما تركته الحضارات القديمة.

٣- عناصر جذب علاجية و استشفائية: وتشمل العيون المائية الطبيعية ومنها المعدنية و الكبريتية.

٤- عناصر جذب دينية: من أمثلتها مكة المكرمة و المدينة المنورة للمسلمين و الفاتيكان للمسيحيين و القدس لجميع الديانات السماوية.

٥- عناصر جذب ثقافية/عرقية: قد يسافر السياح للتعرف على طبيعة شعوب معينة و على عاداتها و تقاليدها مثل المجتمعات الهندية و اللاتينية و المكسيكية و اليابانية.

٦- عناصر جذب للأعمال: قد يسافر رجال الأعمال لحضور المعارض البيعية ومهرجانات التسوق المختلفة و المؤتمرات.

٧- عناصر جذب رياضية: و تشمل السفر لحضور الدورات الرياضية المختلفة مثل الدورات الأوليمبية وكأس العالم و دورات الألعاب الشتوية.

☑ أنواع السياحة:

يمكن تصنيف السياحة حسب عناصر مختلفة إلى عدة أنواع كالتالي:

١- طبقا للموقع الجغرافي:

أ - داخلية: وهو ما يقوم به مواطني الدولة في نطاق دولتهم و لا بد أن تكون الرحلة أكثر من ٢٤ ساعة و إلا اعتبرت ترفيهية.

ب - إقليمية: وتكون إلى الدول المجاورة مثل دول مجلس التعاون الخليجي بالنسبة لمواطني الخليج أو دول الشرق الأوسط بالنسبة لمواطني دول الشرق الأوسط.

ت - دولية: وهو السفر إلى الدول الخارجية الأخرى في القارات الأخرى بوسائل نقل مثل الطائرات و البواخر.

٢- حسب الطبقة الاجتماعية:

- سياحة الأثرياء
- سياحة الطبقة المتميزة
- السياحة العامة

٣- طبقا للسن:

- سياحة صغار السن: مثل سياحة الشباب
- سياحة كبار السن

٤ - تبعا لعدد المسافرين:

- رحلات فردية
- رحلات جماعية

٥ - تبعا لوسائل المواصلات المستخدمة:

- السياحة البرية
- السياحة المائية
- السياحة الجوية

٦ - طبقا للهدف من الرحلة:

أ - السياحة الترفيهية: وتمثل النصيب الأكبر من حركة السياحة العالمية ويبحث فيها السائح عن النواحي الترفيهية و التمتع بالوقت بالذهاب إلى المنتجعات و الشواطئ.

ب - السياحة الثقافية: الذهاب إلى أماكن الآثار و المزارات التاريخية والمتاحف من أجل المعرفة الثقافية بالحضارات المختلفة.

ت - السياحية الرياضية: الذهاب لممارسة أو مشاهدة رياضات معينة مثل الدورات الأوليمبية وكأس العالم والدورات الخليجية.

ث - سياحة المؤتمرات: السفر لحضور مؤتمرات دولية واجتماعات و ما ينتج عن ذلك من استعمال وسائل سفر ومواصلات و إقامة فندقية.

ج - .سياحة المعارض: السفر لحضور معارض دولية بيعية مثل معارض شركات طبية أو تكنولوجية أو زراعية أو معارض سيارات أو طائرات.

ح - السياحة العلاجية: السفر للاستشفاء و العلاج إما لدولة طقسها جاف و دافئ لعلاج الروماتزم أو للعيون الكبريتية لعلاج الأمراض الجلدية و أمراض العظام أو لشواطئ الرمال السوداء لعلاج مرض الروماتويد.

خ - .سياحة رجال الأعمال:لحضور الاجتماعات و المعارض و عقد الصفقات وما ينتج عن ذلك هو استعمال وسائل المواصلات و الاتصالات و الإقامة الفندقية المختلفة.

د - السياحة البيئية: بعض السياح لديهم اهتمامات بيئية مختلفة و السفر لمتابعة أنشطة الحفاظ على الطبيعة و الكائنات البرية المختلفة.

ذ - سياحة التسوق: هناك مهرجانات مختلفة للتسوق مثل مهرجان دبي للتسوق حيث يزوروه سنويا أعداد كبيرة من السياح.

ر - سياحة السفاري: مثل السياح الذين يزورون الغابات و الصحاري لمشاهدة مناظرها و كائناتها الطبيعية.

ز - السياحة التعليمية: السفر في مجموعات لأغراض تعليمية مثل دراسة علم معين كذهاب طلاب الآثار لمدينة أثرية أو ذهاب طلاب يدرسون هندسة السيارات إلى مصنع سيارات في إيطاليا.

س - سياحة ذوي الاحتياجات الخاصة: مثل سياحة المعاقين أو سياحة المكفوفين حيث يسافرون في مجموعات إلى مقاصد سياحية مختلفة.

ش - سياحة الحوافز:حيث تنظم الشركات الصناعية و التجارية الكبرى رحلات للترفيه عن موظفيها و تحفيزهم مكافأة لهم عن أعمالهم طول العام حيث تنظم لهم رحلة وترسلهم للخارج في رحلات سياحية مدفوعة بواسطة الشركة.

☑ أنشطة صناعة السياحة و السفر:

١ - .وكالات السياحة والسفر:

التي تقوم بدور الوسيط بين السائح وبين موردين الخدمات السياحية المختلفة حيث تقوم بعمل الحجز السياحي للسائح على وسائل النقل السياحي والإقامة السياحية .

٢ - النقل السياحي:

ينقسم النقل السياحي إلى داخلي لو كان في حدود الدولة أو خارجي لو كان يتعدى حدود الدولة إلى دول أخري مجاورة ويسمي نقل جوي لو اعتمد على خطوط الطيران ونقل بري لو اعتمد على السيارات و الأتوبيسات و يسمي نقل مائي لو اعتمد على البواخر.

٣ - الإقامة السياحية:

و تشمل أماكن الإقامة من فنادق حسب درجاتها المختلفة.

٤ - الإرشاد السياحي:

وهي خدمة الإرشاد السياحي حيث يصطحب كل مجموعة سياحية مرشد سياحي يكون هدفه التأكد من حصول كل سائح على الخدمة المطلوبة و إرشادهم واصطحابهم للمزارات السياحية المختلفة.

٥ - الترفيه السياحي:

ويتضمن ارتياد مزارات ترفيهية وحفلات و مهرجانات وأنشطة ترفيهية مختلفة.

٦ - البيع السياحي:

وهو وجود المحلات التجارية السياحية لبيع الهدايا التذكارية التي يرغبها السياح .

☑ تطور السياحة في المملكة العربية السعودية:

قام مكتب السياحة و السفر السعودي ممثلا في قسم رحلات السياحة الداخلية بتنظيم ثلاثين جولة سياحية داخل أنحاء المملكة خلال الأشهر القليلة الممتدة من عام ٢٠٠٠ حتى خلال فصل الربيع ٢٠٠١

وإذا أخذنا مثال لجولة سياحية داخلية في المملكة سيكون برنامج الرحلة كالتالي:

- تتكون الجولة من ٦٥٠٠ كم في المملكة بدءا من الرياض: -

١- الرياض: يتم زيارة المتحف الوطني و قلعة الرعية و الأسواق التجارية وخاصة سوق الجمال.

٢- ست رحلات جوية داخلية إلى الجوف في أقصي الشمال والدمام و الجبيل و الهفوف و القطيف في المنطقة الشرقية ومدائن صالح في الشمال الغربي.

٣- يوم للسياحة الترفيهية و الاستجمامية في جدة حيث توجد رياضة الغطس في البحر الأحمر حيث يمكن للسائح مشاهدة أكثر من ٢٠٠ نوع شعاب مرجاني.

تنظم شركة (ديستانت هورايزونز) من كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية وهي واحدة من خمسين شركة تنظم لجولة سياحية في المملكة بالتعاون مع عشر شركات سياحية داخلية معتمدة في المملكة ومن المتوقع الزيادة في أعداد الوافدين السياحيين بعد اجتذاب المملكة لاهتمام عدد كبير من الشركات السياحية في أمريكا الشمالية و أوروبا و استراليا و تايوان و اليابان . تم تنظيم أول رحلة سياحية رسمية و منظمة للمملكة عام ١٩٩٥م حين قامت الخطوط الجوية السعودية بدعوة مجموعة من السياح اليابانيين في رحلة لمدة أسبوعين ولكن أول جولة سياحية فعلية كانت في عام ١٩٩٢ م حين قام طلبة من جامعة ستانفورد كانوا على متن رحلة بحرية من بومباى للعقبة توقفوا في جدة و حصلوا على إذن لجولة سياحية ليوم واحد وهي كانت بمثابة نقطة الانطلاق للرحلات السياحية التثقيفية للمملكة و نظمها بيتر فول الذي تولي تنظيم الرحلة وقام بتأسيس شركة بيتر فول اسوشيتس التي تخصصت في تنظيم رحلات تثقيفية حول العالم ونظمت أول رحلة للمملكة عام ١٩٩٩م و خصوصا الرحلات البحرية.

في عام ٢٠٠٠م كان لليابان الصدارة في أعداد السياح الوافدين للمملكة ٦٦١ سائح ياباني ضمن ٤١ فوج و ٥٦٦ سائح ألماني و ٥٠٠ سائح أمريكي و متوسط الأعمار لديهم فوق ٦٥ عاما وهم من السياح المتقاعدين المثقفين الأثرياء.

عرف الناس السفر للسعودية منذ القدم بغرض الحج و في العصر الحديث . تم اكتشاف البترول عام ١٩٣٨م حيث وفد للمملكة عدد كبير من الأجانب برغبة العمل ويوجد خمس ملايين أجنبي في المملكة ومنهم الذين يقومون برحلات سياحة دينية لزيارة الأماكن المقدسة مثل مكة والمدينة ترفيهية و ثقافية متمثلة في التعرف على مسارات الحج القديمة و الصناعات اليدوية القديمة و عادات و تقاليد مدن مناطق نجد شمال الرياض وهي منطقة تاريخية .تعتبر مدينة أبها عاصمة منطقة عسير مركزا للسياحة الداخلية في المملكة. يبلغ عدد الحجاج الخارجيين ١ مليون في موسم الحج و ١,٥مليون على مدار العام للعمرة و زيارة الأماكن المقدسة و يمكن أن يتجولوا بعد أداء العمرة و الحج للسياحة الداخلية وقامت دبي و البحرين بتنظيم رحلات سياحية بغرض التسوق لاستضافة الحجاج و المعتمرين وهناك خطة لزيادة المعتمرين إلى مليون معتمر في الشهر الواحد ، في عام ٢٠٠٠ كان هناك حجاج و معتمرون من ١٧٠ دولة وأتي من فرنسا ١٢ ألف شخص وهي تضم ٤ ملايين مسلم.

في إحصائية سابقة وجد أن ٩٠ ٪ من الوظائف في المجالات الفندقية و التغذية و الضيافة يشغلها غير السعوديين وفي حالة توطين تلك الوظائف فإنها توفر فرص العمل لثلاثة أرباع مليون سعودي و يشكل قطاع السياحة أعلي معدل للنمو السنوي بين مختلف قطاعات الاقتصاد الوطني بمعدل نمو في القطاع

الخاص ٥٪ سنويا وسوف تتمكن السياحة في المستقبل من احتلال المرتبة الثانية من بين مصادر الدخل الوطني بعد البترول.

تعتبر مدينة أبها عاصمة منطقة عسير مركزاً للسياحة الداخلية في المملكة . تشكلت هيئة تنشيط السياحة في عسير عام ١٩٨٧م و تقام في أبها المهرجانات السياحية مثل رالي الدراجات لمدة ٦ أيام و ٧٥ متسابق برعاية وتنظيم الشركة الفرنسية (ناتير ايكستريم ديفلوبمنت) وهي تنظم راليات في مصر و الأردن و عمان و جبال الأنديز و الهيمالايا ويقام في أبها مهرجان أبها الصيفي لمدة ٨ أسابيع كأطول مهرجان سياحي و صيفي وهناك مهرجانات أخري مثل مهرجان الطائف و ينبع و المدينة المنورة و جدة وتعتبر جدة ثاني أكبر مركز للسياحة الداخلية بعد أبها وهي تستقبل سنويا ١,٢ مليون سعودي.

مما سبق نستنتج أن صناعة الفنادق هي جزأ لا يتجزأ من صناعة السياحة وبازدهار صناعة السياحة ووجود مقوماتها في الدولة نجد أن الفنادق تنتشر وتحقق أرباح عالية .



- نموذج لغرفة فندقية



- نموذج لمطعم في فندق يطل على البحر

تمارين

- السؤال الأول: عرف المصطلحات الفندقية التالية:

١- الفندق

٢- جمعية الفنادق الأمريكية

٣- الجمعية الدولية للفنادق

- السؤال الثاني: أكمل العبارات التالية بصورة صحيحة:

١- من العوامل التي تساعد على انتشار وازدياد الفنادق......................

٢- محاور أهمية صناعة الفنادق يمكن اختصارها كالتالي ....

٣- من خصائص صناعة الفنادق ....

٤- أهم المشكلات التي تواجه صناعة الفنادق................................

٥- من متطلبات النجاح في صناعة الفنادق ....

- السؤال الثالث: اشرح باختصار:

١ - علاقة صناعة الفنادق بالمجتمع

٢ -أهم مراحل التطور التاريخي لصناعة الفنادق

ملاحظات

ملاحظات

....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....

ملاحظات

....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....

ملاحظات

محتويات الحقيبة التدريبية

محتويات الحقيبة التدريبية الأولى من الوحدات التدريبية

إدارة فندقية

موظف الاستقبال

١ -	الوحدة التدريبية الأولي:	صناعة الفنادق
٢ -	الوحدة التدريبية الثانية:	تصنيف الفنادق
٣ -	الوحدة التدريبية الثالثة:	التنظيم الفندقي
٤ -	الوحدة التدريبية الرابعة:	الاستغلال الفندقي والتأمين الفندقي
٥ -	الوحدة التدريبية الخامسة:	طبيعة العمل الفندقي



إدارة فندقية

تصنيف الفنادق

تصنيف الفنادق

2

الجدارة:

المهنة	موظف استقبال فندق
الواجب	ينظم عملية التسكين و متطلبات عمله اليومي.
المهمة	يراجع وينظم حجوزات اليوم ويراجع إمكانية المغادرة و الاستعداد لإمكانية تحقيق رغبات النزيل.
الهدف الإجرائي للمهمة	يراجع وينظم حجوزات اليوم ويراجع إمكانية المغادرة و الاستعداد لإمكانية تحقيق رغبات النزيل من أجل تنظيم العمل

الأهداف:

عندما تكمل هذه الوحدة يكون باستطاعتك:

١- أن تعبر عن أهم أنواع الفنادق بطريقة تحريرية أو شفوية في خلال ثلاث دقائق .

٢- أن تشرح أهم معايير تصنيف الفنادق بطريقة تحريرية أو شفوية في خلال أربع دقائق.

٣- أن تصف أهم النقاط التي تؤخذ في الاعتبار عند تصنيف الفنادق بطريقة تحريرية أو شفوية في خلال ثلاث دقائق .

مستوي الأداء المطلوب: لا تقل نسبة إتقان هذه الجدارة عن ٩٠٪

الوقت المتوقع للتدريب: ثمانية ساعات

الوسائل المساعدة:

١ – استخدام التعليمات في هذه الوحدة

٢ – استخدام وسيلة عرض إلكترونية لإظهار شرح المدرب

متطلبات الجدارة:

- الوحدة التدريبية الأولى.

الوحدة التدريبية الثانية

تصنيف الفنادق

- مفهوم تصنيف الفنادق **Classification of Hotels**

إن كثرة الأسفار والتنقلات لأسباب مختلفة في العصر الحديث استتبعت بالضرورة خلق أنواع مختلفة من الفنادق مهمتها إشباع حاجات المسافرين على أن تتفق وإمكانياتهم الاقتصادية ومدة إقامتهم والغرض من هذه الإقامة ...الخ .

فالواقع التطبيقي في مختلف بلدان العالم يبين أن أنواع الفنادق وأشكالها تختلف من بلد إلى آخر وذلك يتوقف على مدى المقومات والموارد السياحية (التاريخية والدينية والطبيعية وغيرها) كأحد الركائز الأساسية للعرض السياحي في البلد ، فكل بلد يصنف الفنادق فيه بشكل مختلف ، ولا يوجد معيار ثابت لتصنيف الفنادق، وعلى الرغم من هذا الاختلاف فإنه يمكن تصنيف الفنادق إلى مجاميع وفقا لمعايير معينة ..تشير المراجع النظرية المتخصصة إلى أن آراء الكتاب المتخصصين في الإدارة الفندقية تختلف حول تحديد المعايير المستخدمة في تصنيف الفنادق . على سبيل المثال فقد صنف Sudhir Andrews الفنادق إلى أنواع وأشكال متعددة حسب المعايير التالية : الموقع ، والحجم (عدد الغرف) ، وطريقة تقديم الخدمة ، ونوع الزبون ، ومدة الإقامة ، والتسهيلات المقدمة .

أما William S. Gray and Salvatore C. Liguori فقد صنفا الفنادق إلى أنواع وأشكال مختلفة حسب أهم المعايير ممثلة بما يلي : مدة الإقامة ، والموقع .غير أن أبا بكر عمر الحميدي صنف الفنادق إلى الأنواع التالية حسب طبيعتها والغرض الذي أنشئت من أجله : فنادق العبور ، وفنادق الإقامة الدائمة ،وفنادق الإقامة المؤقتة ، والفنادق الموسمية ، والفنادق الرياضية ، والفنادق العلاجية ، والفنادق المتحركة ، والفنادق السياحية ، وصنف الدكتور عبد الحميد مصطفى أبو ناعم الفنادق إلى الأنواع التالية حسب طبيعتها وخصائصها والغرض من إنشائها والخدمات التي تقدمها : فنادق

المجموعات التقليدية، وفنادق المصايف أو المنتجعات، وفنادق الضواحي ،وفنادق المطارات ، والأنماط الجديدة في عالم الفندقة التي تشمل :فنادق صغيرة تقدم خدمات الإقامة والإفطار فقط ، وأجنحة أو شقق فندقية ، وفنادق خاصة بالمسنين .

ويرى ماهر عبد العزيز توفيق الباحث المتخصص في مجال إدارة السياحة أنه من الممكن تصنيف الفنادق إلى أنواع وأشكال متعددة تبعاً لأسس متعددة أهمها: الملكية، والموقع، والخدمات التي تقدمها ، والدرجات والنجوم ، والأسعار . غير أن محسن السكر العدوان وهو باحث متخصص في مجال الاقتصاد السياحي صنف الفنادق إلى أنواع وأشكال مختلفة وفقا للمعايير التالية: الهدف من الإقامة ، ومدة الاستعمال ، وشكل الملكية ، والحجم ، والدرجة ،ومدة الإقامة ، والموقع ، ودرجة ارتباطها بوسائل المواصلات ، وشكل سفر السياح ، ثم يقول : ظهرت في السنوات الأخيرة أنواع جديدة من الفنادق نذكر منها : الشقق الفندقية ، والفنادق الطائرة ، وفنادق على سطح المياه ، وفنادق الشباب .

إن تحليل ما تقدم أعلاه لآراء الكتاب المتخصصين في الإدارة الفندقية وغيرهم وتحليل إحصائيات الفنادق في بلدان مختلفة من العالم يتبين أن هناك أسساً مختلفة في تصنيف الفنادق

Classification of Hotels ولا يوجد معيار معين أفضل من المعايير الأخرى ، إذ أن اختيار المعيار أو الأساس الذي بموجبه يتم التصنيف يعتمد على الهدف من عملية التصنيف نفسها ، كما أن الفندق نفسه يمكن أن يصنف بالاعتماد على أكثر من أساس واحد كأن يكون أحد الفنادق سياحياً وموسمياً ورياضياً في نفس الوقت ، كما أن كل نوع من أنواع الفنادق يمكن أن يشتمل على فنادق من مختلف الدرجات والنجوم . كما تبين أيضا أن تصنيف الفنادق حسب المعايير التالية :الموقع ، ومدة الإقامة ،والدرجات يحتل أهمية خاصة ويعتبر الأكثر شيوعا واستخداما من قبل الكتاب المتخصصين وأجهزة الإحصاء في مختلف بلدان العالم .

- **أهمية تصنيف الفنادق**

عملية تصنيف الفنادق مهمة ولكنها صعبة، حيث أنها تختلف من دولة إلى أخرى. في الدول المتقدمة سياحياً فإن سعر الفنادق يحدد تبعاً لسعر السوق والمنافسة وفي مناطق أخرى تتدخل الدولة لتحديد أسعار الفنادق حسب المدن أو حسب الدرجات أو النجوم.

والأسس التي يتم على أساسها تحديد أسعار الفنادق يعتمد على عدد غرف الفندق ونوعية تأثيثه، حجم البناية، مساحة الخدمات العامة التي يقدمها الفندق، نوعية المعدات والأدوات المستخدمة، مستوى الخدمات المقدمة.....الخ.

عند القيام بعملية التصنيف تراعى النقاط التالية:

١- عدد ونوع وشكل الغرف والأماكن (الأقسام) المعدة للاستخدام العام، الأماكن الترفيهية، الخدمات، قاعات الحفلات والاجتماعات وغيرها، وموقع الفندق ومساحته.

٢- حجم غرف الفندق.
٣- عدد الغرف المزودة بالبانيو وعدد الغرف المزود بالدوش.
٤- مدى ملائمة التجهيز والأثاث وجودتها ونوعيتها.
٥- حجم ونوع التجهيز التقني والمتمثل في (التدفئة المركزية، المجاري، الإضاءة، عازلات الصوت، تمديدات شبكة المياه، دورات المياه، أجهزة التليفونات، أجهزة الحاسب، أجهزة السلامة مثل أجراس الحريق)....الخ.
٦- مستوى الخدمة المقدم بالفندق (الغرف، المطاعم، الكافيتريا، النوادي الرياضية...الخ).
٧- مؤهلات ومستوى الخبرة لدى العاملين بالفندق.

إذا حدث أي تقصير أو إهمال في هذه الشروط فإنه من الممكن تحويل الفندق من درجته إلى درجة أقل وبالعكس. إن لعملية التصنيف هذه أهمية كبيرة بالنسبة للسياحة العالمية والمحلية، فعند توحيد وتحديد شروط ومستوى الخدمات التي تتناسب مع درجات (أصناف) الفنادق المختلفة في جميع البلدان أو ضمن البلد الواحد يصبح من السهل على السائح وكذلك المكاتب السياحية التعرف على نوعية ومستوى

الخدمات التي سوف يحصلون عليها مقابل أسعار محددة ومعلن عنها خلال مواسم العمل. كما أن للتصنيف الفندقي أهمية كبيرة خصوصاً عند القيام بعملية البناء حيث أن صاحب رأس المال الذي يريد أن يوظف أمواله في بناء فندق، يكون على يقين مسبق عن درجة الفندق الذي يريد بناءه وعن أسعار الخدمات التي سوف يقدمها من خلال مستوى التجهيز المعد بناءه وحجم الغرف وكذلك الخدمات الأخرى.

- **تعريف الفندق:**

توجد عدة تعاريف للفندق وسنحاول إدراج البعض منها:

١- عرف ويبستر WEBSTER الفندق بأنه " بناية أو بيت كبير يوفر الإقامة والطعام والشراب والخدمات الأخرى للمسافرين والآخرين ".
٢- عرفت مجلة السياحة العربية في عددها الصادر عام ١٩٧٢ الفندق السياحي بأنه " عبارة عن نزل يعد طبقاً لأحكام القانون ليجد فيه النزيل المأوى والمأكل والخدمة مدة معينة لقاء أجر معلوم ".
٣- عرف James M. Rovelstad and John R.Goodwin الفندق في كتابهما المصدر Travel and Lodging Law بأنه " كل بناية توفر الإقامة والطعام إلى الضيوف مقابل سعر معين ".
٤- ويمكن تعريف الفندق بأنه " بناية أو مؤسسة تقدم خدمة الإقامة بالدرجة الأولى والأطعمة والمشروبات وخدمات أخرى لعامة الناس لقاء أجر معين ".

وتوجد هناك عدة تصنيفات للفنادق وكل دولة تصنف الفنادق بشكل مختلف ولا يوجد معيار ثابت أو خاص لتصنيف الفنادق وعلى هذا الأساس نلاحظ أن الدول تختلف في تصنيف الفنادق ويعتمد التصنيف على طبيعة عمل الفندق والغرض الذي أنشئ من أجله وعلى موقع الفندق ..الخ.

وفيما يلي شرح لأنواع الفنادق وأشكالها مصنفة حسب المعايير الثلاثة :

- **معايير تصنيف الفنادق Hotels Categorization**

يمكن تقسيم الفنادق وفق عدة معايير كالتالي:

أولاً: تقسيم الفنادق من حيث الدرجة Category

يمكن تقسيم الفنادق من حيث الدرجة ووضعها ضمن مجموعات وكل مجموعة لها درجة معينة وكل درجة تختلف عن الدرجة الأخرى في الخدمات والأسعار. تقسم بعض الدول العالمية السياحية فنادقها حسب الدرجة ويتم تقسيمها بهذا الشكل لتسهل للمسافرين مهمة البحث عن فندق وعن الخدمة التي يقدمها والأسعار التي يطلبها فكلما زادت درجة الفندق كلما زادت خدماته وأسعاره والعكس صحيح، وفيما يلي الدرجات المختلفة للفنادق:

١ - **الدرجة الممتازة** Deluxe Hotels

هي أرقى أنواع الفنادق الموجودة في العالم. تقدم جميع الخدمات الفندقية الممكنة وكذلك تطلب أعلى الأسعار، وتتميز بكبر حجمها وضخامتها وموقعها الجيد. تكون دائماً ضمن الفنادق التجارية التي تكلمنا عنها سابقاً، ويتم التركيز دائماً على نوعية وجودة الأطعمة التي تقدمها مطاعم هذه الفنادق.

٢ - **فنادق الدرجة الأولى** First Class Hotels :

تعتبر هذه الفنادق من الفنادق الراقية التي تقدم أفضل الخدمات الفندقية بشكل متكامل ولكن ليس بمستوى الخدمات التي تقدمها الفنادق الممتازة . أسعار الخدمات فيها أقل من أسعار الخدمات في الفنادق الممتازة ، ويتميز هذا النوع من الفنادق أيضا بمواصفات محددة من حيث الموقع وقطاع الغرف والأغذية والمشروبات... الخ . إن تحليل إحصائيات الفنادق في سوريا ودولة الإمارات العربية المتحدة يبين أن عدد الفنادق من هذا النوع قد ازداد في سوريا من ٣٥ فندقا في عام ١٩٩٢ إلى ٣٦ فندقا في عام ١٩٩٣ ثم ازداد إلى ٣٧ فندقا في عام ١٩٩٤ أي بمعدل زيادة ثابتة مقدارها ٢,٧٪ بينما في دولة الإمارات العربية المتحدة فقد

ازداد عدد الفنادق من هذا النوع فيها من ٣٦فندقا في عام ١٩٨٩ إلى ٤٠فندقا في عام ١٩٩٠ ثم ازداد إلى ٤١فندقا في عام ١٩٩١ ،أي بمعدلات زيادة مقدارها (١١,١١١٪)، (٢,٥٪). على التوالي .

٣ -فنادق الدرجة الثانية Second Class Hotels :

يعتبر هذا النوع من الفنادق الجيدة حيث يقدم خدمات فندقية أقل درجة من الخدمات التي تقدمها فنادق الدرجة الأولى وبأسعار أقل ، وتتميز أيضا بمواصفات محددة من حيث الموقع وقطاع الغرف والأغذية والمشروبات... الخ . إن تحليل إحصائيات الفنادق في سوريا ودولة الإمارات العربية المتحدة يبين أن عدد الفنادق من هذا النوع قد أنخفض في سوريا من ٨٩فندقا في عام ١٩٩٢ إلى ٨٧ فندقا في عام ١٩٩٣ ثم أزداد عدد الفنادق من هذا النوع فيها من ١٤فندقا في عام ١٩٨٩إلى ٢٢فندقا في عام١٩٩٠ ثم أزداد إلى ٢٥ فندقا في عام١٩٩١.

٤ -فنادق الدرجة الثالثة Third Class Hotels :

يعتبر هذا النوع من الفنادق الشعبية حيث يكون مستوى الخدمات المقدمة فيها متواضعاً وأسعارها رخيصة وخدماتها محدودة ، وتتميز أيضا بمواصفات محددة من حيث الموقع وقطاع الغرف ولأغذية والمشروبات ... الخ . إن تحليل إحصائيات الفنادق في سوريا ودولة الإمارات العربية المتحدة يبين أن عدد الفنادق من هذا النوع قد أزداد في سوريا من ٢٣٤ فندقا في عام ١٩٩٢ إلى ٢٣٦ فندقا في عام ١٩٩٣ ثم بقي ثابتا (٢٣٦فندقا)في عام ١٩٩٤ . بينما في دولة الإمارات العربية المتحدة فقد أزداد عدد الفنادق من هذا النوع فيها من ٣٣ فندقا في عام ١٩٨٩ إلى ٣٤ فندقا في عام ١٩٩٠ ثم أزداد إلى ٩٧ فندقا في عام ١٩٩١ .

ثانياً: تقسيم الفنادق من حيث الملكية **Ownership**

١ - قطاع خاص (Private Hotels)

وهي الفنادق التي يملكها شخص واحد وعادة تكون صغيرة وعدد غرفها قليلة وتقدم خدمات محدودة لقلة رأس المال المستثمر فيها ، وتنتشر هذه الفنادق في أكثر مدن العالم وخاصة في المدن الصغيرة.

٢ -الشركات والسلاسل الفندقية (Chain Hotels)

هي عبارة عن إدارة عدة فنادق من قبل شركة واحدة وظهرت وتطورت هذه الأنواع من الشركات بعد الحرب العالمية الثانية. كانت أول نشأتها في الولايات المتحدة الأمريكية وأول سلسلة فندقية أنشئت هي سلسلة فنادق ستاتلر (Statler) ثم تبعتها سلاسل هيلتون وشيراتون.

كانت أحد الأسباب الرئيسية لنشوئها هو المنافسة الشديدة في ذلك الوقت، ونلاحظ الآن أن السلاسل الفندقية غزت العالم كله وهي تتمتع بمزايا خاصة بها مثل فخامة رأس المال المستثمر وكبر حجم الفنادق وتخصص الإدارة ...الخ التي لا يمكن لأي فندق مستقل أن يوفرها.

من أشهر السلاسل الفندقية في العلم هي هيلتون (Hilton) وشيراتون (Sheraton)، هوليداي إن (Holiday In)، رامادا (Ramada)، الهيات ريجنسي (Hyatt Regency) ....الخ.

٣ - قطاع مختلط (Mixed Sector Hotels)

وهي الفنادق التي تكون ملكيتها مشتركة بين الدولة والقطاع الخاص أو بين الدولة وشركات أجنبية.

٤ - فنادق حكومية (Governmental Hotels)

وهي الفنادق التي تكون ملكيتها تابعة للدولة مثل دور الاستراحة المتوفرة لدى بعض الوزارات والهيئات الحكومية، أو في بعض الأحيان تقدم هذه الفنادق خدماتها إلى عامة الناس.

إن تقسيم الفنادق من حيث الملكية لا تؤثر على تفضيل السائح لفندق ما وإنما يستفيد من هذا التقسيم الطالب أو الباحث في مادة الإدارة الفندقية.

ثالثاً: تقسيم الفنادق من حيث الموقع (**Location**)

١ -فنادق مراكز المدن Downtown Hotels :

يقع هذا النوع من الفنادق في المدن الكبرى والمتوسطة وتقع دائماً داخل حدود البلد وتتراوح درجاتها من الممتازة إلى الدرجة الثالثة، وبعض منها يقدم كافة أنواع الخدمات التي يحتاجها السياح ورجال الأعمال. تتنوع الخدمات التي تقدمها حسب درجة الفندق وموقعه داخل المدينة. تتراوح الإقامة بها من عدة ساعات إلى أيام عديدة. يكون قسم من هذه الفنادق متخصص لإيواء السياح والقسم الآخر متخصص لإيواء رجال الأعمال حيث يوفر لهم كافة الخدمات التجارية التي يطلبونها وكافة أنواع المأكولات والمشروبات والقاعات الكبيرة والصغيرة لغرف الاجتماعات. أما أحجامها تتراوح من الفنادق الصغيرة ٥٠ غرفة إلى الفنادق الضخمة ٣٠٠٠ غرفة، وملكيتها متفاوتة بين أهلية وشركات مختلطة.

تشكل نسبة الفنادق التجارية في الولايات المتحدة الأمريكية حوالي ٧٥٪ من مجموع الفنادق الموجودة هناك.

تركز الفنادق التجارية بصورة رئيسية على رجال الأعمال المؤقتين والدائمين وعلى سياحة المؤتمرات والولائم وإقامة الحفلات وتخصص جزء من اهتمامها على السياح أيضاً.

يعتبر هذا النوع من الفنادق من الفنادق الحديثة وازداد الطلب عليها في السنوات الأخيرة نظراً لازدياد الحركة التجارية والصناعية وزيادة حركة الأعمال وخاصة في الدول الكبرى والمدن الضخمة في العالم مثل مدينة نيويورك، طوكيو، باريس، لندن...الخ.

يتوقع ضيوف هذه الفنادق أن يحصلوا على الأقل على غرفة مستقلة بحمام مستقل، راديو، جهاز تليفزيون بدون مصاريف إضافية في كل غرفة. ضيوف هذه الفنادق يركزون على الخدمات التي تقدم لهم من قبل إدارة الفندق ولا عجب أن نرى أن هذا النوع من الفنادق يقدم كل أنواع الخدمة المتوفرة في الفنادق، مثلاً يتوقع الضيف أن يجد في الفندق على الأقل مطعمين وكافيتريا تعمل ٢٤ ساعة وخدمات غرف تعمل لمدة ٢٤ ساعة وقاعات صغيرة وكبيرة للاجتماعات وخدمات البرق والبريد والفاكس والتلكس والهاتف والمصرف ومكتب إيجار سيارات وخدمات ترجمة فورية وسكرتارية وخدمات الكي والغسيل وأسواق وخدمات الحاسبات الإلكترونية وكذلك الخدمات الطبية.

يركز ضيوف هذه الفنادق أيضاً على نوعية وجودة الأطعمة والمشروبات التي تقدم في الفندق وكذلك على نوعية ومستوى الخدمات التي تقدم لهم وكثير من الأحيان على اسم السلسلة التجارية التي يحملها الفندق. نلاحظ أن في وقتنا الحاضر كثير من الفنادق التجارية أدخلت المطاعم المتخصصة ضمن مطاعم الفندق مثل المطعم الصيني والهندي والإيطالي والفرنسي ....الخ.

بعض الفنادق التجارية الحديثة جداً في العالم أدخلت خدمات جديدة في فنادقها تعتمد على الحاسبات الإلكترونية ويستطيع الضيف أن يحصل على أي خدمة يرغبها في الفندق أو أي طعام أو شراب بدون مكالمة شخص ما وإنما يستعمل رموز وأرقام معينة تظهر على شاشة التليفزيون الموجودة في غرفته وعلى الضيف أن يثبت رقم ورمز المادة أو الخدمة التي يرغبها من على شاشة التليفزيون وبعد قليل من الوقت سوف يلبي طلبه دون تدخل وسيط.

موقع هذه الفنادق تكون دائماً في قلب المدن التجارية والصناعية والزراعية الكبيرة والمزدحمة بالسكان أو بالقرب من المطارات وفي الوقت الحاضر يكون الوصول إليها أسهل جداً لتوفر كافة أنواع المواصلات لها.

توجد في بعض الفنادق التجارية بالعالم مطار صغير على سطح الفندق لاستقبال المسافرين أو المغادرين الذين يستعملون الطائرات المروحية (الهيلوكبتر)، وتوجد في الفنادق التجارية خدمات تقدم للضيوف في تنقلهم من الفندق إلى المطار والعكس. أغلب الفنادق التجارية تكون ضخمة وكبيرة وتملكها الشركات الكبيرة وتكون تابعة للسلاسل الفندقية.

٢ -فنادق الضواحي Suburban Hotels:

يقع هذا النوع من الفنادق في ضواحي المدن ، فنظراً لارتفاع تكلفة الأراضي لإقامة الفنادق في مراكز المدن فإن كثير من الشركات بدأت تقيم كثيرا من فنادقها في الضواحي المختلفة للمدن التي يمكن أن يكون سعر الأرض فيها منخفضاً . أسعارها مرتفعة نسبيا وأحجامها تتراوح ما بين ٢٥٠ -٥٠٠ غرفة مخصصة بصورة رئيسية لإيواء رجال الأعمال والسائحين العاديين إذ تقدم لهم كافة الخدمات التي يطلبونها : المأكولات والمشروبات والنادي الصحي وخدمات الكي والتنظيف ... الخ .ويتوقع زيادة التوسع في هذا النوع من الفنادق في المستقبل .

٣ -فنادق المنتجعات Resort Hotels :

نشأت المنتجعات السياحية في نهاية القرن التاسع عشر وتوسعت وتطورت بعد توسع وتطور طرق المواصلات. موقع المنتجعات السياحية عادة تكون بالقرب من المناظر الطبيعية أو قرب الغابات أو الجبال أو قرب ينابيع المياه المعدنية أو قرب البحيرات أو الشلالات. من الطبيعي أن تقع المنتجعات قرب الأماكن المرغوبة من قبل الناس.

تقليدياً كانت المنتجعات تعمل في فصل واحد أي تدار موسمياً وتغلق في بقية الفصول، فالمنتجعات التي تقع في المناطق الجبلية تعمل في موسم الصيف فقط وتغلق أبوابها في الشتاء والمنتجعات التي تقع بالقرب من البحيرات أو السواحل تعمل في فصل الصيف فقط.

لكن في وقتنا الحاضر نرى أن عمل المنتجعات أصبح على مدار السنة ونادراً ما نرى منتجع ما يغلق أبوابه في فصل معين لأن تكاليف غلق المنتجع وتسريح العمال وإعادة فتح المنتجع والحصول على العمال أعلى من تكاليف بقاء المنتجع مفتوح على مدار السنة، ولهذا السبب نرى أن كل المنتجعات الآن تدار على مدار السنة. نلاحظ أنه من الصعب جداً تصنيف المنتجعات ولكننا سنحاول تصنيفها إلى أربع تصنيفات وهم:

أ - منتجع صيفي:

يقع بالقرب من السواحل والبحيرات.

ب - منتجع شتوي دافئ:

يقع بالقرب من المياه المعدنية والغابات.

ت - منتجع شتوي بارد:

يقع بالقرب من الجبال والمناطق الباردة.

ث - منتجع يعمل على مدار السنة:

يقع في المناطق التي يكون مناخها معتدل.

اعتيادياً تتركز المنتجعات قرب المناظر الطبيعية وتكون مساحتها محدودة وتتكون من شقق منفصلة أو متلاصقة أو شاليهات بالإضافة إلى الفندق، ويجب أن تكون مركزة في مساحة صغيرة وليست منتشرة انتشاراً كبيراً. تتوافر في المنتجعات كافة الخدمات التي يطلبها السائح من مسابح وملاعب رياضية وخدمات بريد وهاتف ومصرف وأسواق ومطاعم ......الخ.

فترة بقاء الضيف في المنتجع تتراوح بين يومين إلى موسم كامل لهذا يجب على المنتجعات أن توفر كافة الخدمات الممكنة للضيوف حتى يتمكنوا من البقاء في المنتجع لمدة طويلة. المنتجعات دائماً يقصدها السياح الذين يبحثون عن الراحة النفسية والإقامة الطويلة بعيداً عن ضجيج وزحمة المدينة.

تتميز المنتجعات في العالم بتوجهها إلى فئة أو طبقة معينة من الناس فمثلاً توجد منتجعات مخصصة لكبار السن فقط حيث يتم التركيز بها على نوعية الأطعمة التي تقدم من حيث خلوها من الدهون والأملاح وتوفر الخدمات الطبية وتوجد منتجعات مخصصة للشباب حيث توفر لهم القاعات الرياضية والمسابح.

كذلك المنتجعات الباردة التي تقع على الجبال فهي توفر دائماً رياضة التزحلق على الجليد..الخ، وتوجد منتجعات خاصة لتخفيف الوزن حيث التركيز على الطعام الخفيف والرياضة.

كما ذكرنا سابقاً يكون موقع المنتجع بالقرب من المناظر الطبيعية الخلابة وبعيداً عن المدينة ولهذا يجب أن تتوفر طرق المواصلات السريعة إلى المنتجع مع توافر الخدمات الضرورية اللازمة للوصول إلى المنتجع أي تسهيل طرق الوصول إليه.

عمل المنتجعات يكون متقلب ونسبة تشغيله تتوقف على مخاطر كثيرة. كثيراً ما تعتمد على الجو وتقلباته مثل سقوط الأمطار الغزيرة أو هبوب العواصف وتكون هذه بطبيعة الحال مأساة بالنسبة إلى المنتجع. تشكل عطلة نهاية الأسبوع الفرق بين الربح والخسارة في أغلب المنتجعات خلال فترة الكساد.

تكون إدارة المنتجع على اتصال دائم ووثيق بالضيوف لأن فترة إقامة الضيوف طويلة ويشعرون كأنهم في بيتهم أو مدينتهم ولهذا السبب في بعض المنتجعات تم إنشاء إدارة خاصة مهمتها إقامة العلاقات مع الضيوف وترفيههم وتقديم أفضل الخدمات لهم، مثل إجراء حفلات تعارف ورحلات جماعية أو إقامة مسابقات ....الخ.

أشهر منتجعات العالم هي التي تقع في جزر هاواي حيث تدار على مدار السنة وذلك لاعتدال الجو في الصيف والشتاء وكذلك جزر البحر الكاريبي وكذلك منتجع بيرير في فرجينيا الغربية في الولايات المتحدة الأمريكية.أخذت بعض المنتجعات العالمية المشهورة تركز على سياحة المؤتمرات ورجال الأعمال إذ أخذت توفر القاعات الكبيرة والمخصصة للندوات والاجتماعات، مجهزة بكافة وسائل الخدمات التجارية الممكنة وكذلك توفير مطار صغير لاستقبال الضيوف.

من الأقطار العربية المشهورة بالمنتجعات هي تونس، المغرب، ومصر بدأت في الوقت الحاضر تخطو خطوات كبيرة في إنشاء المنتجعات السياحية وخاصة على البحر الأحمر ومنطقة الأقصر وأسوان.

٤ -فنادق المطارات **Airport Hotels** :

يوجد هذا النوع من الفنادق بالقرب من المطارات أو في داخل المطارات ويتم إنشائها أصلاً لإيواء المسافرين بالطائرات ومسافرين الشركات السياحية العالمية والترانزيت أو المسافر العابر الذي يضطر لسبب ما إلى التوقف من مواصلة رحلته كعطل معين في الطائرة أو الأحوال الجوية أو تغيير طائرة أخرى تحمله إلى جهة الوصول النهائية أو رغبة في زيارة المدينة لساعات محدودة أو أيام معدودة، وهذا النوع من الفنادق مناسب لإيواء طاقم الطائرة من مضيفين ومضيفات وقبطان الطائرة قبل رحلتهم التالية.

يوفر هذا النوع من الفنادق إلى شركات الطيران العالمية مرونة نقل الركاب العائدين أو المتخلفين بسبب عطل في الطائرة أو سوء الأحوال الجوية أفضل بكثير من فنادق المدن التي تكون في العادة على مسافة بعيدة من المطار والعودة بهم ثانياً بعد زوال أسباب التخلف،فوجودهم بالمطار يسهل على الشركات هذه العملية علاوة على أنه يوفر عليها الكثير من النفقات.

ولهذا نشاهد الآن أن أغلب شركات الطيران العالمية أخذت بامتلاك وشراء فنادق المطارات وذلك للتقليل من نفقاتها وربط السفرات السياحية المنظمة بين طائراتها وفنادقها ، فنادق المطارات انتشرت في كل المطارات الكبيرة العالمية كنتيجة للتطور الطبيعي الذي احتلته الطائرة في حياة الأفراد من بين وسائل المواصلات الأخرى وذلك لأنها آمنه وسريعو ومنظمه.

هذا النوع من الفنادق يكون مجهز بكافة وسائل الراحة اللازمة للمسافرين من حيث الخدمات التي يقدمها. تكون أغلب جدران الفندق مزودة بمادة عازلة للصوت لمنع الأصوات والضجيج الصادر من الطائرات وذلك في حالة الإقلاع والهبوط لأنها كما ذكر بأن موقع هذه الفنادق إما بالمطارات أو بالقرب منها. يجهز هذا النوع من الفنادق بكافة الوسائل الضرورية لإيواء المسافرين المرضى الذين يحتاجون إلى رعاية طبية وكذلك في حالة نقل المريض من مطار إلى مطار أو من دولة إلى دولة أخرى.

أما درجات هذه الفنادق فتتراوح بين الدرجات الممتازة إلى الدرجة الثانية وقد تخصصت فنادق المطارات الآن لإيواء رجال الأعمال وتوفير كافة الخدمات التجارية لهم من قاعات الاجتماعات إلى أعمال السكرتارية والترجمة واستعمال الحاسبات الإلكترونية والبنوك وإيجار السيارات وخدمات البريد والهاتف والفاكس والأسواق ....الخ.

في الفترة الأخيرة أخذت هذه الفنادق تجذب رجال الأعمال لعقد الاجتماعات والمؤتمرات وخاصة في المدن الكبيرة الصناعية والتجارية مثل مدينة نيويورك، لندن، شيكاغو، لوس أنجلوس، باريس،طوكيو، دبي ...الخ وخاصة عندما ازداد استعمال الطائرات السريعة لغرض النقل.

توسعت الشركات العالمية المتعددة الجنسية والمحلية وأصبحت تعقد اجتماعات ولقاءات بصورة متواصلة وسريعة مع فروعها في مدن أخرى أو في دولة أخرى اختصاراً للوقت فيتم عقد هذه اللقاءات أو الاجتماعات داخل قاعات هذه الفنادق توفيراً للوقت الذي يبذله رجال الأعمال للوصول إلى قلب المدينة وعقد الاجتماع والرجوع ثانياً إلى المطار. يمكننا أن نتصور مقدار الوقت والجهد الذي يتم توفيره في حالة عقد هذه الاجتماعات واللقاءات داخل فنادق المطارات التي لا يستغرق الوصول إليها وقت يذكر.

أكثر فنادق المطارات ذات الدرجة الممتازة والأولى توفر نقل مجاني بأتوبيسات خاصة بها تحمل اسم الفندق من الفندق إلى المطار والعكس وبوقت منتظم ولمدة ٢٤ ساعة.

ولابد من الإشارة إلى أن هذه الفنادق أصبحت تنافس فنادق مراكز المدينة حيث يفضل النزيل النوع الأول من أجل الإقامة لفترة قصيرة قد تكون ليلة واحدة ليكون قريب من الطائرة بدلا من تكبد متاعب السفر من وسط المدينة إلى المطار.

٥ -فنادق العبور (الموتيلات) **Motels** : يقع هذا النوع من الفنادق على الطرق البرية السريعة (High Ways) وضواحي المدن الكبرى بصورة رئيسية , الغرض الرئيسي من إنشائها إيواء المسافرين بالسيارات الخاصة الذين يقطعون مئات الكيلو مترات حيث يحتاجون إلى مكان للراحة والأكل وخدمات محددة لصيانة سياراتهم ... الخ . لذلك تسمى هذه الفنادق بفنادق راكبي السيارات "Motor- Car Hotels". لقد انتشر هذا النوع من الفنادق في الولايات المتحدة الأمريكية انتشاراً واسعاً وذلك لكبر مساحتها وتشعب وانتشار طرق المواصلات البرية السريعة فيها . تسمى هذه الفنادق أيضاً بفنادق راكبي السيارات (Motor Inn Motel) ويتم بناءها بطرق مختلفة سواء على شكل شاليهات متفرقة يحتوي كل منها على غرفة للنوم وحمام مستقل ملاصق لها ، وموقف للسيارة أو غرفة متجمعة وملاصق لها موقف للسيارات. موقع فنادق العبور يكون على الطرق السريعة للسيارات مباشرة ، وأخذت الموتيلات الآن تغزو المدن الكبيرة وقد تم إنشاء الموتيلات في قلب المدن مثل نيويورك وسان فرنسيسكو حيث تستطيع أن تشاهد الموتيلات في داخل المدينة وبالقرب من فنادق المدن وأخذت تقدم خدمات مشابهة بعض الشيء للخدمات التي تقدمها الفنادق الأخرى.

الغرض الرئيسي لإنشاء الموتيلات هو لإيواء المسافرين بالسيارات الخاصة والذين يقطعون مئات الكيلومترات، فهم بالتأكيد يحتاجون إلى مكان للراحة والأكل أو لصيانة سياراتهم.

نلاحظ بسبب التطور الحديث لطرق المواصلات السريعة وبالتالي رغبة السياح بالتنقل بواسطة سياراتهم الخاصة مع عائلاتهم وتوفيراً للمال أو للاستمتاع بمناظر الطبيعة الخلابة والاستراحة في أي مكان يرغبوه.

كل هذه العوامل دفعت إلى إنشاء الكثير من الموتيلات على الطرق الرئيسية لاستقبال المسافرين وتقديم الخدمات لهم.

هناك أسس معينة يجب دراستها قبل البدء بتصميم الموتيلات منها :

أ - دراسة الموقع وأهميته الجغرافية.

ب - دراسة نوعية الخدمات التي يقدمها الموتيل.

ت - دراسة الناحية الأمنية والسيطرة على حركة الدخول والخروج.

أ - الموقع والأهمية الجغرافية

لاختيار موقع الموتيل أهمية كبيرة في نجاحه باستقطاب النزلاء، الموتيل يحتاج إلى فضاء مفتوح وواسع بسبب الانتشار الأفقي له، وكذلك فإن الموتيلات في الغالب تقع على امتداد الطرق الرئيسية و أحسن

موقع للموتيل بالنسبة للطرق الرئيسية هي على الجهة اليمنى للشارع وخصوصاً إذا كان المرور مكثف، ويتأثر موقع الموتيل بالنسبة لنوعية الحركة على الطرق الرئيسية فإذا كان الطريق ذو اتجاهين فمن الأفضل أن يكون موقعه يخدم المسافرين الذاهبين وليس الراجعين وإذا كانت المدينة واقعة على خط المرور الرئيسي فيجب أن يكون موقع الموتيل على الجهة اليمنى من الطريق المؤدي إلى المدينة.

بناء الموتيل يجب أن لا يكون قريباً من الطرق ذات المنحنيات أو الانخفاضات والارتفاعات لأجل زيادة الهدوء حيث أن أوضاع الطريق تلك تؤدي إلى كثرة استعمال الفرامل وآلات التنبيه وغيرها مما يسبب إزعاج الساكنين.

ب - الخدمات التي يقدمها الموتيل

في الأغلب إن الخدمة التي تقدمها الموتيلات محدودة. كثير من الموتيلات لا تتعدى خدمتها عن توفير غرف نظيفة وحمامات ومياه حارة وباردة وخدمة التدبير الفندقي وطبعاً تدفئة وتبريد وموقف سيارات. بعض الفنادق أخذت تقدم خدمات أكثر مثل خدمات الطعام والشراب إما على شكل كافيتريا أو مطعم صغير أو في بعض الموتيلات يوجد غرفة صغيرة عند الاستقبال تحتوي على مكائن لبيع المشروبات الغازية وبعض الحلويات والمأكولات الخفيفة ولهذا يجب دراسة الخدمات التي سوف يقدمها الموتيل قبل البدء في تصميمه.

ت - الناحية الأمنية وحركة الدخول والخروج

يجب دراسة الناحية الأمنية للموتيل بصورة مفصلة لأمن الموتيل الذي يقع بالقرب من الطرق السريعة ويكون خارج المدن في العراء فليس من المستبعد أن تحدث سرقات لممتلكات الموتيل أو
لممتلكات الضيوف، ولهذا يجب وضع نظام أمني جيد. لهذا السبب يجب دراسة مدخل موقع الموتيل بحيث يكون من السهل السيطرة عليه ويؤدي مباشرة إلى قسم الاستقبال والاستعلامات لأجل السيطرة المباشرة على حركة دخول وخروج السيارات وأخيراً كمطلب عام لأي موقع سياحي يجب أن يحتوي على مساحات خضراء منظمة بشكل مدروس وكذلك الاهتمام بالمنظر العام للموقع وممرات الحركة داخل الموقع.

يمتاز الموتيل بقلة الخدمات التي يقدمها إلى الضيوف. إذ إن الكثير من الموتيلات لا تقدم أي خدمة ما عدا الإيواء فقط، وتكون عادة أسعارها أرخص من الفنادق وذلك لرخص كلفة الأرض المنشأ عليها الموتيل وقلة الخدمات المقدمة .

أمـا غـرف الضـيوف فتكـون عـادة ذات أثـاث بسـيط وعملـي ومخصـص للاسـتعمال المتواصـل، وتمتـاز الموتيلات بتوافر مواقف مجانية للسيارات وملاصق لغـرف الضـيوف ويتراوح حجـم الموتيل مـن ١٠ غـرف إلى ٢٠٠ غرفة.

تكون إدارة الموتيل صغيرة ومحدودة وتكون الصالة الرئيسية للموتيل صغيرة أيضاً وتحتوي على بضـع كراسي للجلوس وعلى مكائن ذات خدمة ذاتية لغرض حصول الضيف على بعض الأكلات الخفيفـة أو المشروبات الغازيـة......الخ، وتنعـدم خدمـة الغـرف في الموتيلات. بعض الموتيلات تقدم وجبـات أكـل خفيفـة وسريعة خاصة في الإفطار وبعضها تحتوي على مطعم بسيط. تنتشر بالقرب من الموتيلات مطاعم الخـدمات السريعة وكذلك محطات تعبئة الوقود وتصليح السيارات وخدمات صيانة السيارات الأخرى.

وتـتراوح مـدة الإقامـة في الموتيلات مـن عـدة سـاعات إلى يـوم كامـل أو في بعض الأحيـان يومـان ماعـدا الموتيلات التي تقع داخل المـدن. يستطيع المسـافر أن يـؤجر غرفـة في الموتيـل علـى الطـرق الخارجيـة لمـدة عـدة ساعات فقط يستغلها لغرض النوم أو الراحة من عناء السفر. أصبح الفرق بين الفندق والموتيل في يومنـا هـذا هو في الموقع والخدمات، وأخذت بعض الفنادق تنشأ فنادقها بتصميم معماري مشابه للموتيلات إذ يستطيع الضيف إيقاف سـيارته بموقـف ملاصـق لغرفتـه حتـى إن كانـت في الطوابـق العليـا في الفنـدق وأحسـن مثـال علـى ذلـك هـو سـان فرنسيسـكو هيلتـون إذ أن الفنـدق يتكـون مـن عـدة طوابـق والمجـال الـداخلي للفنـدق يتكون من موقف للسيارات بعدد طوابق الفندق أي يستطيع الضيف الوصول إلى غرفته إلى أي طابق كـان بسيارته الخاصة وإيقافها بموقف ملاصق لغرفته.

يستطيع الضيف أن يكمل إجراءات التسجيل في الفندق بدون الترجل من سيارته فهـو يسـتطيع أن يقـف بسيارته بالقرب من شباك في مدخل الفندق ويكمل إجراءات التسجيل ويسلم الأجـر ويسـتلم مفتـاح الغرفـة بدون الترجل من السيارة.

٥ - فنادق السواحل Beach Hotels :

تتميز فنادق السواحل بحكم موقعها بـالقرب مـن السـواحل المهمـة بالعـالم وتـتراوح درجاتهـا مـن الممتـازة إلى الدرجة الثالثة وتمتاز دائماً بكبر حجمها وتنوع الخدمات الـتي تقدمها للضيوف إذ تشـتمل علـى كافـة الخدمات الـتي يطلبهـا الضـيف. مـن حيـث إدارتهـا لا تختلـف عـن الفنـادق الأخـرى وتختلـف فقـط مـن حيـث الموقـع المواجـه دائمـاً للسـواحل الكـبيرة وفي الغالـب أن عملـها مـوسمي ويحـاول أصـحاب هـذه الفنـادق رفـع الأسـعار في موسـم الـذروة وخفضـها في موسـم الكسـاد وتقـديم جـوائز رمزيـة وثمينـة للسـياح خـلال فـترة الكسـاد. مـن أشـهر فنـادق السـواحل هـي الفنـادق الموجـودة في سـواحل ميـامي وسـواحل لـوس أنجلـوس في

الولايات المتحدة الأمريكية وسواحل البحر الكاريبي وسواحل كونوكابانا في البرازيل ومونتي كارلو وفي بعض الدول الشرقية والعربية مثل تونس والمغرب ومصر والدول الخليجية مثل المملكة العربية السعودية ودبي.

٦ - فنادق الإقامة الدائمة **Residential Hotels** :

أنشأت فنادق الإقامة أصلاً في الولايات المتحدة الأمريكية وتطورت نتيجة تغير عادات السكن بصورة دائمة بالفنادق. انتشر هذا النوع من الفنادق في المراكز والمدن التجارية والصناعية الكبرى وهي تأوي الأفراد الذين يعملون في تلك المناطق بعيدين عن أسرهم أو يقيمون مع أفراد قلائل من عائلاتهم ويلجئون إلى هذه المدن طلباً للعمل، فنادق الإقامة عبارة عن بناية تحتوي على شقق وغرف أو على شقق أو غرف وتوفر خدمة التدبير الفندقي فقط وصالة للاستقبال وبعض الأحيان صالة صغيرة للأطعمة والمشروبات. الهدف من المطعم الصغير هو لخدمة وراحة الضيوف وليس للربح وكثير من فنادق الإقامة تؤجر المطعم إلى متعهد خارجي لأن إدارة الفندق تكون محدودة وصغيرة جداً. توجد بعض فنادق الإقامة مخصصة للشباب فقط أو العائلات أو النساء أو تكون مختلطة. تكون غالباً ٩٠٪ من غرف هذه الفنادق مخصصة للإقامة الدائمة الطويلة أي تتراوح ما بين أسبوع إلى عدة سنوات. تستوفى أجور الإقامة بها عادة أسبوعياً أو شهرياً وبالطبع تكون أسعارها أرخص من الفنادق الأخرى لأن الضيف يحصل على غرفة وخدمة التدبير الفندقي فقط.

موقع هذه الفنادق يكون في المدن والمراكز التجارية والصناعية والزراعية الكبرى وتكون قريبة دائماً من خطوط المواصلات وتقع في الشوارع والأماكن الرئيسية في المدينة وقريبة من الأسواق والمحلات التجارية حيث أن ضيوف هذه الفنادق يستطيعون أن يحصلوا على الخدمات التي يرغبون بها حال خروجهم من الفندق كالحصول على الطعام والشراب .....الخ، وتكون متوفرة بمسافة قريبة من الفندق.

تحتل فنادق الإقامة الدائمة جزء صغير في صناعة الفنادق لذ لا تلعب دور مهم في تطور صناعة الفنادق في العالم لأن إدارتها صغيرة ومحدودة ولا تحتاج إلى خبرة كبيرة وتنظيم كبير لهذا السبب نجدأن كثير من الباحثين يستثنون هذه الفنادق في تصنيفاتهم للفنادق.

٧ - بيوت الشباب **Youth Hostels** :

هي عبارة عن فندق أو بناية غرضها إيواء الشباب المحب للسفر والترحال والتعرف على بلدان أكثر وشعوب متعددة لقاء أجر زهيد. هذا النوع من الفنادق منتشر في أغلب البلاد الأجنبية وخاصة الأوروبية وتوجد بيوت للشباب تدار على مدار السنة أو مؤقتة تدار في موسم الصيف والعطل فقط، لأن بعض

الجامعات في العالم تحول أقسامها الداخلية في العطل الصيفية إلى بيوت شباب تأوي الطلبة والشباب من مختلف جنسيات العالم لقاء أجر زهيد.

تكون بيوت الشباب عادة متواضعة في تجهيزاتها وتحتوي الغرف على ما هو ضروري فقط كسرير بسيط أو سريرين إلى حد أربع أسرة ودولاب صغير ومنضدة للقراءة أو لتناول الطعام وفي بعض الأحيان يتم إيواء شخصين أو ثلاثة أو أربعة أشخاص في غرفة واحدة. تكون المرافق والحمامات مشتركة دائماً لكل مجموعة من الغرف وكذلك المطابخ إن وجدت، وتحتوي بيوت الشباب على كافيتريا صغيرة وقاعة للمطالعة وإقامة الحفلات الصغيرة.

في بعض الدول توجد بيوت للشباب خاصة للطلبة وبيوت للشباب خاصة للطالبات. دائماً يكون الهدف من إنشاء بيوت الشباب ليس الربح وإنما توثيق الروابط بين الشباب وتذويب الفوارق بينهم كما تعمل على توسيع آفاقهم وتزويدهم بمختلف المعلومات العامة عن البلدان الخارجية وإيجاد روح التعاون المشترك والتفاهم مع الجماعة وتنمية الوعي السياحي والثقافي داخل وخارج البلاد ولتشجيع الشباب من ذوي الدخل المحدود على القيام برحلات قليلة التكاليف والعمل على اجتذاب الشباب الأجنبي لزيارة البلاد والتعرف عليها وعلى حضارتها القديمة ونهضتها الحديثة، كما تعمل على تكوين الصداقات وتوثيقها بين شباب الوطن الواحد وبين شباب البلاد الأخرى وتنمية شعور المحبة والسلام والإنسانية. إذ يتعلم النزيل في هذه البيوت لغات وعادات وتقاليد الدول الأخرى من خلال اختلاطه مع الشباب الأجنبي الآخر أو شباب البلاد التي يقع بها الفندق.

٨ - الفنادق المتحركة **Mobile Hotels** :

يقصد بالفنادق المتحركة أي الفنادق غير الثابتة في مكان معين ولكنها متنقلة ومتحركة ونستطيع أن نقسمها إلى:

أ - الفنادق العائمة Floating Hotels

يقصد بها السفن الكبيرة التي تجوب البحار والمحيطات وتنقل المسافرين من مدينة إلى أخرى أو من دولة إلى أخرى أو من قارة إلى أخرى أو الرحلات البحرية حول العالم، وتجهز هذه السفن بكافة الخدمات التي يطلبها المسافر حيث تحتوي على غرف نوم ذو حمامات مستقلة وتحتوي على شقق بعدة أنواع، وتقدم خدمة الطعام والشراب وخدمات الغرف والبريد والبرق والهاتف والتلكس والكي والغسيل وتحتوي أيضاً على مسارح وسينما وأسواق ...الخ. أي تقدم جميع الخدمات التي تقدمها الفنادق الكبرى.

هـذا النـوع مـن الفنـادق أخـذ بالانتشـار في السـنوات الأخـيرة وخاصـة في الولايـات المتحـدة الأمريكيـة إذ تستغرق الرحلات من ثلاثة إلى عشرة أيام وفي بعض الأحيان لمدة شهرين إذا كانت الرحلة حول العالم.

تقسم الغرف والشقق في السفن والبواخر إلى درجات معينة وأسعار معينة من حيث موقعها والمنظر الذي تطل عليه وقربها وبعدها من محركات السفينة. تركز هذه السفن دائماً على نوعية وجودة وتنويع الأطعمة والمشروبات وكذلك على وسائل التسلية والترفيه حتى لا يشعر المسافر بالملل أثناء الرحلة. أسعار الإقامة والأطعمة والمشروبات والسفر دائماً تكون مرتفعة جداً وتخصص دائماً إلى طبقة أو فئة معينة من الناس. من أشهر السفن التي تعتبر ضمن الفنادق العائمة هي سفينة قارب الحب (**Love Boat**) التي تبحر من لوس أنجلوس في الولايات المتحدة الأمريكية إلى المكسيك وقناة بنما وتستغرق رحلاتها من ثلاثة إلى عشرة أيام في البحر وكذلك سفينة كوين إليزابيث (**Queen Elizabeth**) التي تبحر من إنجلترا إلى أمريكا وتستغرق في رحلاتها من سبعة إلى عشرة أيام وهي تعتبر من أفخم السفن في العالم. تتألف هذه السفينة العملاقة من سبعة طوابق كبيرة تضم ١٢٠٠ غرفة متعددة الأسرة إضافة لطابقين لمواد التخزين ومحركات السفينة ويتكون طاقمها من حوالي ٩٩٥ عامل.

أخذت كثير من الشركات العالمية المختصة بهذا النوع من السفن بتوفير رحلات سياحية لمدة أيام معدودة إلى ذوي الدخل المحدود أو إلى الشباب بأسعار رخيصة وذلك عن طريق التقليل من مصاريف أثاث الغرف والتقليل من جودة الطعام والشراب والخدمات الأخرى أي أصبحت تقريباً لكافة القطاعات وليست محصورة بطبقة معينة من الناس.

ب - **الفنادق البرية المتحركة** Inland Mobile Hotels

تطلق هذه التسمية على غرف النوم والشقق المتواجدة في القطارات حيث أن بعض القطارات تكون فيها الغرف أو الشقق من الدرجة الأولى والثانية أيضاً. إذ تحتوي الغرف والشقق على كافة التسهيلات التي يحتاجها المسافر من غرف نوم وحمام وتليفزيون ومطبخ وخدمات التلفون والبريد والبرق وخدمة الغرف. تستعمل هذه الغرف والشقق دائماً في الرحلات بالقطارات التي قد تستغرق في بعض الأحيان إلى أربعة أيام يقضيها المسافر في القطار. كذلك معظم القطارات يكون بها مطعم لخدمة المسافرين، ونلاحظ تقدم وتطور هذا النوع الذي نطلق عليه الفنادق البرية المتحركة في دول أوروبا الغربية.

أيضاً تطلق هذه التسمية على السيارات السياحية التي تحتوي على غرف نوم مع خدماتها والتي تنتشر بكثرة في أمريكا وكندا وأوروبا الغربية ويطلق عليها Caravan Accommodation Units.

ج - الفنادق الطائرة Air Hotels

نقصد بها غرف النوم أو الشقق الموجودة على متن الطائرات. هذا النوع من الفنادق قليل جداً في العالم. أول شركة خطوط انتهجت وطورت هذه الفكرة هي ريجنت إير (**Regent Air**) الأمريكية التي تقلع طائراتها من مدينة نيويورك إلى مدينة سان فرنسيسكو وتستغرق الرحلة حوالي من خمسة إلى ستة ساعات. تحتوي الطائرة على قاعة اجتماعات ومطعم وخدمات الهاتف والبرق والفاكس والسكرتارية والترجمة الفورية والحاسبات الإلكترونية ...الخ، وطبعاً تكون تكلفة الرحلة مرتفعة جداً قياساً لتكاليف الرحلات على متن الطائرات الاعتيادية الأخرى.

ما زال هذا النوع من الفنادق في دور التطور لأن الوقت الذي تستغرقه الطائرات في رحلاتها يتناقص تدريجياً. أخذت بعض الخطوط الجوية العالمية إدخال إمكانية تحويل مقاعد الدرجة الأولى من طائراتها إلى أسرة للنوم وخاصة للرحلات الطويلة المدى مثل الخطوط الجوية البريطانية والخطوط الجوية الفرنسية.

٩ - الفنادق العلاجية **Therapeutical Hotels** :

يقع الفندق العلاجي بجوار مصدر طبيعي للاستشفاء يمتاز بهوائه الجاف أو بقربه من ينابيع المياه المعدنية و الكبريتية أو توافر رمال لها خاصية الاستشفاء مثل شاطئ سفاجا في مصر أو البحر الميت في الأردن على سبيل المثال، وتحتوي الفنادق العلاجية بحكم طبيعة عملها على جميع الأدوات والمعدات والإنشاءات التي تتوافر عادة في المستشفيات والعيادات، وأغلب نزلاء تلك الفنادق من المرضى الذين يعانون من أمراض جلدية مثل الصدفية أو أمراض تتعلق بالمفاصل والأعصاب وتقدم لهم الخدمة الطبية على الشاطئ أو داخل الغرف بواسطة كادر طبي متخصص ويقدم لهم الطعام تحت إشراف طبي كامل.

هذا النوع من الفنادق يكون مجهز بكافة أنواع التسهيلات والخدمات التي يحتاجها الضيف العادي أو المريض مثل قاعات العلاج الطبيعي وحمامات السونا وأحواض للمياه المعدنية أو الكبريتية وأطباء متخصصين بالعلاج الطبيعي وكذلك توافر المطاعم التي توفر الغذاء المناسب للمرضى .

أغلب ضيوف هذه الفنادق هم من المرضى الذين في نيتهم العلاج في المستشفيات القريبة أو أشخاص تعافوا من مرض معين ويحتاجون إلى فترة راحة وتقديم بعض الخدمات الطبية البسيطة. تكثر هذه الفنادق في النمسا وبلغاريا وفي الأردن وفي مصر. تكون هذه الفنادق مخصصة لاستقبال الضيوف من كافة الأعمار ومن كافة الجنسيات وعلى الأغلب تكون فترة إقامة الضيوف طويلة في هذه الفنادق.

١٠ - الفنادق الرياضية **Athletical Hotels** :

تنتشر هذه الفنادق في المدن التي تحتوي على ملاعب كبيرة ومدن أولمبية مثل أمريكا ، كندا ، أسبانيا...الخ ، وقد تعمل هذه الفنادق في موسم واحد وهو موسم الألعاب أو قد تعمل على مدار السنة حسب الدولة أو الموقع، ويوجد فنادق رياضية بالقرب من المناطق المغطاة بالثلوج لغرض ممارسة رياضة التزحلق على الجليد وتقدم مدربين متخصصين في ذلك.

أغلب هذه الفنادق تكون مجهزة بكافة الخدمات الضرورية التي يحتاجها الرياضي أو الهواة من قاعات للتمارين أو للرياضة العادية وكذلك يتم تجهيزها بنوعية معينة من الطهاة لتقديم طعام صحي للرياضيين. قد تكون هذه النوعية من الفنادق مؤقتة أو دائمة وتكثر قرب المدن الأولمبية أو قرب الملاعب المشهورة بالعالم وتتراوح درجاتها من نجمتين إلى الدرجة الممتازة.

١١ - الفنادق المؤقتة (المخيمات) **Camps** :

تنشأ بالقرب من السواحل أو الشواطئ أو في المناطق الجبلية أو الصحراوية وتجهز بكافة التجهيزات الضرورية للمعيشة ، وتحتوي خيمة الإقامة على سرائر صغيرة ولوازمها من مراتب ووسائد ومن أمثلة تلك معسكرات الكشافة والجوالة. تحوز تلك المخيمات إعجاب قطاع عريض من السائحين وخاصة عند الشباب، ومن مواصفات هذه المخيمات أن تكون أرض الموقع في غالبيتها العظمى مستوية وأن تكون التربة قابلة لتصريف مياه الأمطار ويجب أن تكون المنطقة المحيطة بالموقع نظيفة البيئة وأن يتمتع هذا الموقع بعناصر جذب طبيعية أو حضارية.

١٢ - فنادق المؤتمرات **Convention Hotels** :

تصمم هذه الفنادق لاستيعاب المؤتمرات الضخمة ، وقد يصل عدد غرف فندق المؤتمرات إلى ألفين غرفة بالإضافة إلى صالات الطعام الفسيحة لاستيعاب أعضاء المؤتمر ، ويشمل فندق المؤتمرات معدات وتجهيزات الترجمة الفورية وغرف للسكرتارية والصحفيين بالإضافة إلى قاعات متعددة.

١٣ - فنادق الأجنحة **Suite Hotels** :

تتكون معظم وحدات الفندق من غرفة نوم ملحق بها صالون لاستقبال الضيوف ومطبخ صغير، وتتوافر في هذه النوعية من الفنادق عدد من المطاعم وبعض الخدمات الترفيهية وحمام سباحة بالإضافة إلى قاعات

متعددة الأغراض بالإضافة إلى خدمة التدبير الفندقي والغسيل والكي. هذه النوعية من الفنادق تكون مناسبة للأسر الكبيرة ويكون سعرها مناسب.

١٤ - الفنادق الخضراء **Green Hotels** :

تهتم هذه الفنادق بالبيئة وتستخدم طاقة شمسية بدلاً من أن تترك تأثيراً ملوثاً على البيئة ومن أهم الشروط التي يجب أن تراعيها الفنادق الخضراء الآتي:

- أن يكون الشاطئ طبيعياً وأن لا يتم التدخل فيه وتغييره هندسياً ولا المساس بمعالمه الطبيعية.
- عدم وجود حيوانات أليفة على الشاطئ لأنها تترك مخلفات قد تسبب أمراضاً أو عدوى للإنسان.
- عدم استخدام تكنولوجيا مضرة بالبيئة من وسائل الترفيه المستخدمة على الشاطئ مثل الدراجات النارية المائية (Jet Ski).
- توافر أماكن وممرات لذوي الاحتياجات الخاصة ودورات مياه خاصة بهم.
- يجب أن تبنى بمواد طبيعية غير أسمنتية ولا يستخدم فيها التكنولوجيا الحديثة مثل التكييف وبدلاً منه تستخدم التهوية الطبيعية كالقباب.

١٥ - فنادق العائلة **Family Hotels** :

هي فنادق صغيرة تشبه المنزل العائلي ويتولى إدارتها عادة صاحب المنزل وزوجته ويساعدهم في الخدمات الفندقية بقية أفراد الأسرة وتقدم هذه الفنادق العائلية وجبات بسيطة وخفيفة.

رابعاً: تقسيم الفنادق من حيث النجوم Stars

تقسم الفنادق من حيث النجوم على نفس الطريقة التي تقسم بها من حيث الدرجات، فكلما زادت عدد نجمات الفندق كلما زادت خدماته وتوسعت وازدادت أسعاره والعكس صحيح وتقسم كالآتي:

أ - فنادق ذات خمسة نجوم **Five Stars Hotels**

هذا النوع من الفنادق يعتبر من أرقى أنواع الفنادق ويقدم خدمات متكاملة للضيوف وبأسعار مرتفعة تتناسب مع نوع وحجم هذه الخدمات.

ب - فنادق ذات أربعة نجوم **Four Stars Hotels**

بطبيعة الحال تكون مستوى خدماتها وأسعارها أقل من فنادق الخمسة نجوم.

ت - فنادق ذات ثلاثة نجوم **Three Stars Hotels**

مستوى الخدمة المقدمة في هذه النوعية من الفنادق تكون محدودة نسبياً حيث يقل عدد الغرف بها والخدمات المقدمة بالغرف وكذلك عدد المطاعم.

ث - فنادق ذات نجمتين **Two Stars Hotels**

وهذه النوعية من الفنادق صغيرة الحجم ولا تقدم أي خدمات بخلاف تأجير الغرف، وعادة لا توجد بغرف الفندق حمام مستقل ولكن حمام مشترك لكل أربعة أو خمسة غرف، ولا يوجد بها مطاعم.

ج - فنادق ذات النجمة الواحدة **One Star Hotel**

وتكون متواضعة جداً بالنسبة لخدماتها وعدد غرفها وأسعارها.

خامساً: تقسيم الفنادق من حيث الأسعار **Prices**

تقسم الفنادق الآن حسب أسعارها وخاصة الفنادق الأمريكية والتي تعتبر رائدة في تقسيمات الفنادق في العالم وتقسم كما يلي:

١- غالية جداً **Luxury Hotels**
٢- غالية **Upscale Hotels**
٣- متوسطة **Mid-Price Hotels**
٤- اقتصادية **Economy Hotels**
٥- رخيصة **Budget Hotels**

كلما انخفضت الأسعار كلما قلت الخدمات وهذه التقسيمات تساعد جميع المستويات من توفير مبالغ للسفر والإقامة في الفنادق والموتيلات كل حسب مقدرته المالية.



- نموذج لمنتجع رياضي يعتمد على رياضة التنس



- نموذج لفندق مؤتمرات



- نموذج لمنتجع يطل على البحر

تمارين

- **السؤال الأول: عرف المصطلحات الفندقية التالية:**

أ - فنادق الدرجة الأولي
ب - الشركات والسلاسل الفندقية
ت - الموتيلات
ث - الفنادق العائمة
ج - الفنادق الخضراء

- **السؤال الثاني: أكمل العبارات التالية بصورة صحيحة:**

١- من النقاط الواجب مراعاتها عند تصنيف الفنادق.......................
٢- يمكن تصنيف الفنادق حسب الدرجة كالتالي ....
٣- من أشهر السلاسل الفندقية في العالم ....
٤- من الأسس الواجب دراستها قبل البدء بتصميم الموتيلات................................
٥- من الأنواع المختلفة لتصنيف المنتجعات ....

- **السؤال الثالث: قارن بين:**

١- الفنادق الخاصة والفنادق الحكومية
٢- فنادق الضواحي وفنادق المنتجعات
٣- الفنادق العلاجية والفنادق الرياضية
٤- تصنيف الفنادق حسب النجوم و تصنيفها حسب الأسعار

ملاحظات

ملاحظات

ملاحظات

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

ملاحظات

محتويات الحقيبة التدريبية

محتويات الحقيبة التدريبية الأولى من الوحدات التدريبية

إدارة فندقية

موظف الاستقبال

١ -	الوحدة التدريبية الأولي:	صناعة الفنادق
٢ -	الوحدة التدريبية الثانية:	تصنيف الفنادق
٣ -	الوحدة التدريبية الثالثة:	التنظيم الفندقي
٤ -	الوحدة التدريبية الرابعة:	الاستغلال الفندقي والتأمين الفندقي
٥ -	الوحدة التدريبية الخامسة:	طبيعة العمل الفندقي

المملكـــة العربيـــة الســـعودية
المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج



إدارة فندقية

التنظيم الفندقي

التنظيم الفندقي



الجدارة:

المهنة	موظف استقبال فندق
الواجب	ينظم عملية التسكين و متطلبات عمله اليومي.
المهمة	يراجع وينظم حجوزات اليوم ويراجع إمكانية المغادرة و الاستعداد لإمكانية تحقيق رغبات النزيل.
الهدف الإجرائي للمهمة	يراجع وينظم حجوزات اليوم ويراجع إمكانية المغادرة و الاستعداد لإمكانية تحقيق رغبات النزيل من أجل تنظيم العمل

الأهداف: عندما تكمل هذه الوحدة يكون باستطاعتك:

١- أن تشرح التنظيم الفندقي وأهميته وطبيعة أهداف الفندق ووظائف الإدارة بطريقة شفوية أو تحريرية في خلال خمس دقائق.

٢- أن تصف طبيعة الهيكل التنظيمي للفندق والعوامل المؤثرة عليه بطريقة شفوية أو تحريرية في خلال ثلاث دقائق.

٣- أن تصف باختصار مهام أقسام الفندق وطبيعة تنظيم قطاع الغرف بطريقة شفوية أو تحريرية في خلال ثلاث دقائق.

مستوى الأداء المطلوب: لا تقل نسبة إتقان هذه الجدارة عن ٩٠٪

الوقت المتوقع للتدريب: ثمانية ساعات

الوسائل المساعدة:

١ – استخدام التعليمات في هذه الوحدة

٢ – استخدام وسيلة عرض إلكترونية لإظهار شرح المدرب

متطلبات الجدارة:

- تحتاج للتدرب على جميع المهارات في الوحدة التدريبية الأولى والثانية قبل دراسة هذه الوحدة التدريبية.

الوحدة التدريبية الثالثة

التنظيم الفندقي
HOTEL STRUCTURE

- مفهوم التنظيم الفندقي

صناعة الفنادق حالها كحال أي صناعة أخرى مرت بمراحل متعددة من مراحل التنظيم والإدارة وكان أهمها استخدام وإدخال نظريات وتقنيات إدارة الأعمال واستخدام التكنولوجيا الحديثة وخاصة في قسم الحجز والحسابات واستخدام أساليب جديدة على مستوى عال من الكفاءة في طرق التشغيل.

فقد بدأت أعمال الإدارة الفندقية تحتاج إلى تخطيط على مستوى الأفراد وعلى سياسات الفندق العامة وعلى مستوى البيع والتسويق، وبدأت تحتاج إلى تنظيم وتوحيد جهود الأفراد العاملين بالفندق لغرض تقديم أفضل خدمة جيدة بعد أن كان عدد العاملين في الفندق لا يتجاوز الخمسة أفراد أصبح الآن يتجاوز العدد عدة مئات أو عدة ألوف في بعض الفنادق، ولذلك فكلما زاد عدد العاملين في مكان واحد، تحتاج الإدارة إلى جهود التنظيم والتخطيط وتحتاج إلى وضع نظام فعال للاتصالات يضمن وصول المعلومات إلى الأفراد وفي الوقت المناسب وكذلك عودة هذه المعلومات إلى الإدارة.

أغلب الفنادق أدخلت أجهزة الحاسب لتنظيم عملها وضبط حسابات الفندق من ناحية الإيرادات والمصروفات وأيضاً لتنظيم حسابات الضيوف ولتنظيم المشتريات والسيطرة على المخزون ومراقبة كلفة الطعام والشراب. زيادة عدد العاملين في الفنادق تتطلب من العاملين الحصول على شهادة أكاديمية معينة لأن هذا العمل أصبح له خصوصياته وأفكاره ويحتاج إلى تطوير مستمر من قبل الإدارة والأفراد.

هذا العدد الكبير من العاملين بالطبع يحتاج إلى مهارة معينة لأداء الأعمال، لهذا السبب أصبح للتدريب وبرامجه أهمية كبيرة جداً في الإدارة الفندقية ويتم التركيز عليها، وأدخلت أقسام التدريب في صناعة الفنادق لتقوم بمهمة الإشراف على تدريب العاملين الجدد لغرض تطوير مهاراتهم وكفاءتهم ومساعدتهم على الترقية.

بعد أن توسعت ونمت صناعة الفنادق أصبحت النقابات العمالية تضغط على الإدارة الفندقية لتنظيم شئون العاملين وقوانين تنظيم العمل وحقوق العاملين التي تصدرها الدولة فيجب مراعاة تطبيقها في داخل الفنادق. بعد أن توسعت الفنادق وأصبح بناء فندق على مستوى خمس نجوم مكلف جداً أخذت الشركات تدخل في مجال الفنادق بحيث يساهم أكثر من شخص في بناء الفندق وهذا التطور أصبح نتيجة حتمية لانفصال الإدارة عن الملاك.

ضيوف الفندق أصبح لهم طلبات خاصة وعامة ويجب على الإدارة الفندقية تنفيذ هذه الطلبات لأن الضيوف هم أساس الفندق، كما أن العاملين بالفندق أيضاً أصبحت لهم طلبات وحقوق يجب على الإدارة الفندقية تنفيذها.

ازدياد حدة المنافسة بين الفنادق أدت إلى الضغط على إدارة الفندق لغرض تنظيم جهودها لتقديم أفضل خدمة ممكنة.

ويعد كل هذا التوسع والضغط الذي واجه الإدارة الفندقية أصبح من غير الممكن إدارة فنادقها بدون تنظيم وتخطيط وإشراف ورقابة لغرض تقديم أفضل الخدمات والبقاء في سوق العمل والتغلب على المنافسين، وكانت مرحلة التوسع في عمليات الإنتاج كنتيجة حتمية لعدد وضخامة حجم عمليات الاستهلاك، ولهذا كان لا بد من نشوء تنظيم معين مدروس وعلمي لغرض تنظيم وتنسيق أعمال الفندق ليواكب التغيرات التي تحدث بالعالم والطلب المتزايد على السياحة والفنادق بصورة خاصة.

ولهذا نشاهد الآن انتظام الأعمال الفندقية في إدارات مختلفة ومتناسقة تؤدي هدف واحد هو تلبية رغبات الضيوف.

حدث تطور كبير في أيامنا هذه على الأقسام الفندقية حيث كانت سابقاً تعمل في الفندق إدارة واحدة أو إدارتين واليوم نلاحظ تواجد أكثر من ثمانية إدارات تعمل في الفندق الواحد.

ونلاحظ مثلاً تطور قسم الأغذية والمشروبات في الفنادق الصغيرة، ففي البداية كان يعمل في هذا القسم شخص أو شخصان يقومان بإعداد الطعام وشخص آخر يقدمه أو نفس الطباخ يقدمه. أما في يومنا هذا نلاحظ في بعض الفنادق يبلغ عدد العاملين بها في قسم الأغذية والمشروبات أكثر من ٢٠٠ شخص، وذلك لأن الفنادق أصبحت الآن تحتوي على أكثر من أربعة مطاعم بالإضافة إلى إقامة الحفلات وخدمات الغرف التي تكون لمدة ٢٤ ساعة يومياً، ونفس التطور والتوسع الذي حدث في قسم الأغذية والمشروبات حدث مع بقية أقسام الفندق الأخرى.

- **أهم أسباب نشوء التنظيم الفندقي**

١- زيادة حدة المنافسة بين الفنادق وخاصة بعد تطور طرق المواصلات البرية والبحرية والجوية واتجاه الناس إلى التنقل والسفر من مدينة إلى أخرى ومن دولة إلى أخرى بعد أن ألغيت المسافات بين الدول وخاصة بالسفر بواسطة الطيران.

٢- زيادة الطلب على الإقامة في الفنادق وخاصة بعد الحرب العالمية الثانية واستقرار العالم سياسياً واقتصادياً وتجارياً.

٣- ازدياد استخدام الفنادق وخاصة من قبل رجال الأعمال الذين يسـافرون مـن مدينـة إلى مدينـة أخـرى أو دولة أخرى لعقد اتفاقات تجارية أو صناعية أو زراعية أو للبحث عن أعمال جديدة.

٤- الهجرة من الريف إلى المدينة طلباً للعمل.

٥- استخدام التكنولوجيا الحديثة في الفنادق، وهنا يمكننا القول بأن النتائج المترتبة على قيام الثورة الصناعية لا تعني انخفاض مستوى المهارات الفنية في صناعة الفنادق إذ يجب أن نؤكد أنه
بالرغم من إدخال التكنولوجيا الحديثة في الفنادق إلا أن العنصر البشري ما زال يعتمد عليه اعتماداً مباشراً وهو الذي يحدد مدى نجاح هذه الصناعة.

ونرى من هذه الأسباب كانت هناك ضرورة ملحة وعاجلة لتنظيم العمل الفندقي بإدارات متنوعة في الأعمال والخدمات التي تقدم إلى الضيوف ولكنها تعمل بصورة منظمة ومتناسقة مع بعضها لغرض إنجاز الأعمال على أكمل وجه ولتقدم أفضل خدمة للضيوف.

ونرى الآن أن الفندق الكبير الحجم يتكون من عدة إدارات وأهمها:

١- قطاع الغرف
٢- قسم الأغذية والمشروبات
٣- قسم التسويق والمبيعات
٤- قسم الصيانة والهندسة
٥- قسم الموارد البشرية
٦- قسم الأمن
٧- قسم الحسابات

لهذا نرى تعدد التخصصات وتعقد العلاقات بين الأقسام الفندقية بدرجة تتطلب توافر التنظيم الكامل والإدارة القادرة على التعامل مع التنظيمات الجديدة ولهذا أصبح من الضروري على الإدارات الفندقية أن تتعرف على خبرات مختلفة وعلى الأنشطة الأخرى في الاقتصاد والعلوم المالية والإدارية.

وتعتمد التنظيمات الإدارية في الفنادق على موقع الفندق والخدمة التي يقدمها ونوع الفندق ورأس المال المستثمر وكذلك خلفية وتدريب المد يرين الذين يعملون فيه والملكية التي يتبعها الفندق.

الهيكل التنظيمي للفنادق

Hotel Organization Chart

لا يمكن إنجاز أي عمل من الأعمال إلا من خلال تنظيم يتلاءم وطبيعة العمل المراد إنجازه. التنظيم في مفهومه الإداري يعني ترتيب الموارد المادية والبشرية والآلية والخبرات الفنية بأفضل طريقة تؤدي إلى تحقيق الأهداف المرسومة وبأقصر وقت وبأقل الجهود والتكاليف.

ولهذا فإن من الضروري دراسة الهيكل التنظيمي للفنادق أو تعريفات الهيكل التنظيمي والعوامل المؤثرة فيه قبل البدء بالدراسة التفصيلية عن الإدارات والأقسام الفندقية التي يتكون منها الهيكل التنظيمي للفندق.وسوف نحاول أن نوضح عدة هياكل تنظيمية لعدة فنادق مختلفة بالحجم والخدمات والموقع غرض إعطاء صورة متكاملة عن الهياكل التنظيمية للفنادق.

- **تعريف الهيكل التنظيمي**

يعرف الهيكل التنظيمي بأنه البناء أو الإطار الذي يحدد التركيب الداخلي للمنشأة، فهو يبين التقسيمات والتنظيمات والأحداث الفرعية التي تقوم بمختلف الأعمال والأنشطة لتحقيق أهداف المنشأة، كما يوضح نوعية العلاقات بين أقسامها وخطوط السلطة وشبكات الاتصال فيها.والهيكل التنظيمي كبناء هرمي يعكس ترتيب الأقسام الفندقية في حالة السكون ويتيح أفضل الظروف لتدفق الحياة في مختلف أقسام الفندق عن طريق تطبيق نظم العمل وأساليبه وإجراءاته.

يظهر الهيكل التنظيمي للمنشأة (الفندق) نتيجة تنظيم الفعاليات في مجموعات من الأنشطة الرئيسية (Major) والفرعية (Minor) وفق أحد أسس تجميع النشاطات ومن ثم ربط هذه المجاميع مع بعضها وإظهارها على شكل وحدات تنظيمية مترابطة يطلق على كل منها تسمية (إدارة، قسم، شعبة ....الخ) ويكون لكل من هذه الوحدات مدير تخول له الصلاحيات اللازمة للإشراف على إنجاز الفعاليات التي تضمها هذه الوحدات.

يطلق على المخطط البياني الذي يظهر هذه الترابطات بالهيكل التنظيمي، ويبدأ الهيكل التنظيمي لأي منظمة عادة بمديرها الأعلى ويأخذ بالتفرع والتوسع الأفقي كلما اتجهنا نحو الأسفل عبر الوحدات التنظيمية ويعود ذلك إلا أن المدير العام للفندق يشرف على عدد محدود من المساعدين أو مديرين أقسام يشرفون على عدد من الأفراد في المستوى الذي يليه.

- **الخرائط التنظيمية Organization Charts**

هي عبارة عن مخطط أو وسيلة إيضاح تبين التنظيم الخاص للمنظمة (الفندق)، فهي تبين الأقسام وترابطها وكذلك أعمال كل قسم.

- **العوامل التي تؤثر على الهيكل التنظيمي للفندق**

عند إعداد أي هيكل تنظيمي لفندق ما يجب دراسة العوامل التي تؤثر على هذا الهيكل، ويمكن تقسيمها إلى:

أولاً: العوامل الداخلية:

وهي العوامل التي لها تأثير مباشر على طبيعة عمل الفندق الداخلية وتنقسم إلى:

١ - طبيعة العمل الفندقي:

ويقصد به ملكية الفندق إذا كانت تابعة للقطاع الخاص أو المختلط أو شركات، وإضافة إلى هذا يجب معرفة مواسم عمل الفندق على مدار السنة أو الموسمية التي يعمل بها الفندق خلال فصل واحد فقط وكذلك يؤخذ بعين الاعتبار طبيعة الخدمات التي تقدم إلى الضيوف، وهل تكون فترة إقامتهم طويلة مثل فنادق المنتجعات أو فترة إقامتهم قصيرة مثل الموتيلات، وكذلك هل الفندق يقدم خدمات متكاملة للضيوف أي يقدم كافة الخدمات الفندقية أم يقدم إقامة وطعام وشراب أو يقدم إقامة فقط. إن ملكية الفنادق تلعب دوراً مهماً أيضاً حيث أن الفنادق التي يمتلكها شخص واحد يكون هدفها الأول الربح والهدف الثاني هو إشباع رغبات وحاجات المجتمع والتي تمثل حاجات الناس، ولهذا السبب نرى أن الهيكل التنظيمي يختلف من فندق إلى آخر حسب الملكية أو مواسم العمل حيث أن في مواسم الازدحام تعتمد بعض الفنادق على تعيين عاملين بأجر يومي وتقوم بتسريحهم في موسم الكساد، وهذا بالتأكيد يلعب دوراً كبيراً ومؤثراً على طبيعة الهيكل التنظيمي للفندق.

الفنادق التي تكون فترة إقامة الضيوف فيها طويلة تركز على وسائل الترفيه مثل كثرة المطاعم والخدمات الأخرى وهذا بالطبع يؤثر على الهيكل التنظيمي للفندق.

٢ - موقع وحجم بناية الفندق:

ونقصد بها هل أن موقع الفندق في داخل المدينة أو قرب المطارات أو فنادق المنتجعات وهل المدينة الموجود بها الفندق كبيرة أم صغيرة لأن في الحالة الأولى تكون نسبة التشغيل عالية وكبيرة خلال موسم الذروة أكثر من المدينة الصغيرة ويؤخذ أيضاً بعين الاعتبار هل توجد مقومات للجذب السياحي كثيرة في المدينة أم لا؟ وكذلك دراسة اقتصاد المدينة هل هو صناعي أو زراعي أو تجاري ...الخ.

أما بالنسبة إلى حجم بناية الفندق فيجب معرفة هل هو من الدرجة الأولى أم الثانية وكذلك عدد الغرف ومن خلال هذه العوامل نستطيع أن نحدد الخدمات الواجب تقديمها للضيف داخل الفندق حيث أن الفندق الذي يحتوي على ١٠٠٠ غرفة بالتأكيد تختلف خدماته عن الفندق الذي يحتوي على ١٠٠ غرفة.

وهذا بالتأكيد يعني في الحالة الأولى تقديم خدمات متكاملة وأيدي عاملة مدربة وكبيرة وإدارة ممتازة لغرض تقديم أفضل الخدمات وبالتالي الوصول إلى الهدف الرئيسي وهو إشباع حاجات ورغبات الضيوف.

٣ - نوعية ودرجة الفندق:

ويقصد به بناء الفندق حديث أم قديم أو عمل له ترميم بغرض التكيف مع طبيعة العمل الفندقي أو بناء جاهز وهل هو بناء جاهز وافقي هو أم عمودي .

ولذلك فمن الضروري جداً تهيئة مهندسين معماريين لغرض تنفيذ وتخطيط المشروع بأسلوب يتناسب مع طريقة الحياة المميزة لأهل المدن أو القرى كما هو معمول به في كل الدول السياحية.

يوجد في بعض الدول السياحية فنادق يصمم بنائها الخارجي على شكل فن معماري يمثل البلد أو على شكل تصميم معماري يمثل أثر مميز في البلد مثل بناء فندق في مصر على شكل هرم كما هو موجود في مدينة لاس فيجاس الأمريكية .

أما بالنسبة لدرجة الفندق فإنها تؤثر بشكل مباشر على الهيكل التنظيمي للفندق حيث أن الهيكل التنظيمي لفندق من الدرجة الممتازة يختلف عن الهيكل التنظيمي لفندق الإقامة الدائمة أو فندق من الدرجة الثالثة ، ففي الحالة الأولى نلاحظ أن الهيكل التنظيمي لفندق من الدرجة الممتازة يكون واسع وكبير ويحتوي على الأقسام الفندقية لغرض تقديم أحسن وأفضل الخدمات الفندقية التي تتلائم مع درجة الفندق وأسعاره.

وهـذا يعني أنـه في حالـة إنشـاء فنـدق كـبير مـن الدرجـة الممتـازة نحتـاج إلى أيـدي عاملـة فنيـة ومـوظفين وإداريين بأعداد كبيرة يتلاءم مع طبيعة وحجم الخدمات الفندقية الـتي سـوف يقـدمها الفنـدق وبالتـالي مـع درجة ونوعية الفندق.

٤ - رأس المال المستثمر والكادر الإداري:

لـرأس المـال دور وتـأثير علـى الهيكـل التنظيمـي للفنـدق، ومـن المعـروف أن عمليـة الاسـتثمار في صـناعة الفنادق بدأت واضحة في معظم دول العالم بغض النظر عن نوعية اقتصادها، ولهذا فإن رأس المال المستثمر في إنشاء فندق له تـأثير فعـال علـى إعـداد الهيكـل التنظيمـي للفنـدق، فمـن الطبيعـي أن كلمـا كـان رأس المال المستثمر وفيراً فإنه بإمكان المستثمر بناء فندق حسب ما يرغب من نوعية ودرجة وحجم وبالتالي تحديد الخدمات الفندقية التي تقدم على هذا الأساس وإعداد الهيكل التنظيمي في هذا المجال.

وكـذلك مراعاة المنطقة التي ينشأ بهـا الفنـدق، ففـي الـدول الصـناعية أو التجاريـة الكـبيرة والمزدحمـة نلاحظ أن تكلفة شراء الأرض تكون باهظـة جداً فيميـل الفنـدق إلى البنـاء العمـودي أمـا المنـاطق أو المـدن الأخرى ممكن أن لا نشاهد مثل هذا البناء العمودي لأن كلفة الأرض تكون أرخص.

ويختلـف أي فنـدق عنـدما يكـون رأس المـال المسـتثمر قلـيلاً لأن طبيعـة عمـل الفنـدق والخـدمات الـتي يقدمها تتلاءم مع مقدار رأس المال المستثمر في إنشاء الفندق، فـإن الفنـدق الـذي يكلـف سـتين مليـون ريـال يختلف هيكله التنظيمي والخدمات التي يقدمها عن فندق تكلفته عشرة ملايين ريال.

أما بالنسبة للكادر الإداري بالطبع نجد أن الفندق الكبير ذو الدرجات الممتازة أو الأولى يختلف نوعية كوادره الإدارية من حيث مستوى تدريبهم والخبرات التي يحملها هؤلاء الكوادر وعددهم أيضاً، ونلاحظ أنه في أكثر دول العـالم الثالـث يعتمـدون علـى الكـوادر الأجنبيـة في إدارة فنـادقهم ذات الـدرجات الممتـازة. أما في فنادق الإقامة الدائمة فإن الفندق يحتاج إلى عشرة أو خمسة عشر شخصـاً فقـط أو أقـل وكـوادره لا تحتاج إلى تدريب أو خبرات سـابقة لأن الخدمات الـتي تقـدمها هـذه النوعيـة مـن الفنـادق محـدودة، وكـذلك الإدارة والأسعار.

ثانياً: العوامل الخارجية:

وهي العوامل التي تؤثر بصورة غير مباشرة على طبيعـة عمـل الفنـادق ولهذا السـبب تكـون خـارج نطـاق سيطرة الفندق ولكنها تكون على صلة وعلاقة بعمل الفندق، وهذه العوامل هي:

١ - طبيعة النظام الاقتصادي:

ويقصد به النظام الاقتصادي المتبع في البلد سـواء كـان رأس مـالي أو اقتصـاد حـر أو محـدود أو نشـاط خاص أو قطاع خاص مختلط ...الخ، وهذا بدوره يؤثر على طبيعة العمل الفندقي والسياحي من حيث حجم

رؤوس الأموال المستثمرة في هذا القطاع والتي بطبيعة الحال تؤثر بشكل غير مباشر على صناعة الفنادق وبالتالي على الهيكل التنظيمي للفندق. بالنسبة للقطاع الخاص مثلاً فسوف نجد أن صاحب الفندق يحاول قدر الإمكان تخفيض المصاريف الإدارية والحصول على أكبر عائد ممكن من الأرباح.

٢ - السياسة الاقتصادية للدولة:

ويقصد بالسياسة الاقتصادية للدولة هو ما إذا كانت سياسة الدولة تعتمد على نظام التسيير الذاتي في تنفيذ المشاريع السياحية وتقوم بوضع الخطط الرئيسية للبلد وفق الإمكانيات المادية والبشرية، أو تعتمد على نظام التعاون والتبادل مع الدول الأخرى كما هو معمول به في الدول النامية لغرض الاستفادة من خبرات وتجارب الدول المتقدمة في هذا المجال.

لهذا نلاحظ أن بعض المشاريع الفندقية تدار من قبل الشركات الأجنبية أو العربية، وبالتعاون مع تلك الشركات يتم إعداد الهيكل التنظيمي للفندق بحيث يتلاءم مع طبيعة السياسة الاقتصادية للدولة التي يقع بها الفندق.

٣ - طبيعة النظام الإداري:

ويقصد بطبيعة النظام الإداري للبلد هو النظام الإداري المتبع فيه سواء كانت سياسة الإدارة مركزية أو لا مركزية، ومعنى المركزية هي حصر الصلاحيات والأوامر الإدارية والفنية في جهة معينة واحدة. أما اللامركزية فهي عملية إدارية يقصد بها توزيع ومنح الصلاحيات والأوامر الإدارية والفنية إلى أكثر من جهة وحسب الاختصاصات.

ونستنتج من ذلك أنه من الأفضل للبلد السياحي استخدام الإدارة اللامركزية لتسيير أعمالها السياحية بشكل جيد وتستطيع أن تطبق نفس الحالة عند إعداد هيكل تنظيمي للفندق.

٤ - التطوير التكنولوجي في البلد:

بالرغم من اعتماد صناعة الفنادق على العنصر البشري فإن هذا لا يمنع من استخدام ودخول التكنولوجيا بشكل واضح في صناعة الفنادق حيث أدخلت الحاسبات الإلكترونية إلى أقسام كثيرة في الفنادق مثل المكاتب الأمامية وقسم الحجز وقسم الحسابات وحتى التدبير الفندقي لغرض تقديم المعلومات والبيانات بشكل سريع ودقيق.

ودخول التكنولوجيا الحديثة إلى صناعة الفنادق بدوره يؤدي إلى تقليل الأيدي العاملة في الفنادق ولهذا يجب أن يؤخذ هذا العامل الحيوي بعين الاعتبار عند إعداد الهيكل التنظيمي لفندق معين خاصة عند المفاضلة في استخدام الحاسبات الإلكترونية في أقسام الفندق المختلفة أو عدم استخدامها.

- **تطبيقات الحاسب الآلي في الفندقة**

الاتجاهات الحديثة المبتكرة في عالم الفندقة جعلت عملية وصول و مغادرة النزلاء معقدة و تتطلب ضرورة استعمال نظام الحاسب الآلي لتأدية الخدمات على أكمل وجه وعلى قدر عالي من الجودة يضمن رضاء النزيل وعودته مرة أخرى للفندق في المستقبل. تقدم استخدامات أنظمة الحاسب الآلي في الفندقة مميزات عديدة جعلت منها سلعة مطلوبة بدرجة عالية في صناعة الفنادق وأصبحت الفنادق تسعى لامتلاك أنظمة الحاسب الآلي والاعتماد عليها في التشغيل ومن تلك المميزات تحسين الأداء التشغيلي عن طريق عدم تكرار المهام و الحصول على معلومات حديثة و سهلة المنال و.رفع مستوى الخدمة عن طريق الحصول على بيانات دقيقة عن العملاء .

وحدات الحاسب الآلي الخاصة بالشبكة الموجودة في أقسام الفندق تقدم مهام عديدة تساعد في رفع كفاءة العمليات الفندقية وتحقيق مستوي عالي من جودة الخدمات بدرجة تضمن رضاء النزيل و تساهم في زيادة المبيعات والأتي أمثلة لتلك المهام:

١- الحجز للمؤتمرات والأشخاص: يعطي بيانات عن طلبات الحجز المؤكدة والمحتملة و الملغاة و الطاقة الإجمالية للغرف و إمكانية توافر الغرف ويعطي بيانات عن العملاء لتأكيد الحجز لهم ويعد بيانات إحصائية لغرض التسويق والتوقعات الخاصة بحجم المبيعات بناءاً على طلبات الحجز و قوائم الانتظار.

٢- تسجيل العملاء وتسكينهم في الغرف: يعطي بيانات عن الغرف للمساعدة في التسكين.

٣- تسجيل القيود على فاتورة العميل: يتم ذلك بطريقة فورية وإمكانية إعطاء نسخة من الفاتورة للعميل في أي وقت.

٤- إعداد تسوية لفاتورة العميل: يغطي العمليات على فاتورة العميل قبل المغادرة والتعامل مع جميع أشكال تسوية الفاتورة.

٥- مهام الإشراف الداخلي وحالة الغرف: يعطي بيانات عن حالة الغرف وإعطاء توقعات التشغيل في الفترة المستقبلية لتنظيم العمالة.

٦- مهام قسم الهاتف: يسجل كل المكالمات ويعطي بيانات عن الرسائل والبريد الخاص بالعميل

٧- مهام المراجعة الليلية وتحليل العمل اليومي: يسهل عمل المراجع الليلي في تسجيل القيود على فاتورة النزيل و يعد تقارير المراجعة الليلية ويتم ربطه مع نظام الحسابات.

٨- مهام قسم المبيعات و التسويق: يعتمد قسم المبيعات و التسويق على برامج الحاسب الآلي في إنشاء سجلات لمتابعة عمليات البيع والتسويق للعملاء وإنشاء ملفات لحركة المبيعات

للمؤتمرات و الحفلات الخارجية التي ينظمها الفندق فالبرنامج يملك قاعدة بيانات لإعطاء معلومات عن قوائم الطعام و صالة الحفلات و توقعات الإيرادات. يستطيع موظف المبيعات الحصول على تقارير فورية تساعده في أعماله اليومية وتسويقه لخدمات الفندق مثل تقارير عن النزلاء و المجموعات وتوقعات الإشغال وشرائح السوق التي يتعامل معها كذلك أنواع الغرف وأسعارها وسياسة التخفيضات التي يسير عليها الفندق .

نظام الحاسب الآلي في الفندق يضم مجموعة من البرامج قادرة على تدعيم العمليات المتصلة بالمكاتب الأمامية والمكاتب الخلفية و تساهم في تسهيل المهام الوظيفية الفندقية في الأقسام المتصلة بقسم المكاتب الأمامية مما يساهم في إتقان الإجراءات التي تتعلق بالدورة الخدمية للنزيل عبر أقسام الفندق بداية من عملية الحجز و الإقامة إلى المغادرة بدرجة تضمن رضاء النزيل وتشمل :

- برامج إدارة الحجز RESERVATIONS MANAGEMENT
- برامج إدارة الغرف ROOMS MANAGEMENT
- برامج إدارة حسابات النزيل GUEST ACCOUNTS MANAGEMENT
- برامج الإدارة العامة GENERAL MANAGEMENT

في نظام الحاسب الآلي الخاص بالفندق تكون برامج المكاتب الأمامية و المكاتب الخلفية غالباً شبه منفصلة . برامج المكاتب الخلفية تعطي رقابة على مناطق عديدة مثل مبيعات الغرف، الهاتف ، المرتبات، الحسابات كنظام يمكنه إعطاء بيانات مالية حسب قواعد البيانات المخزنة و تقارير تعتمد على تطبيقات برامج المكاتب الأمامية و المكاتب الخلفية ، ناقشنا سابقا أمثلة لتطبيقات المكاتب الخلفية المرتبطة ببرنامج المكاتب الأمامية مثل قسم الهاتف وقسم المبيعات و التسويق والأتي أمثلة لبرامج المكاتب الخلفية الأخرى المستخدمة في الفندقة:

١- برامج إدارة حسابات دفتر الأستاذ العام حيث يربط مع فواتير العملاء المخزنة في وحدة الحاسب الآلي للمكاتب الأمامية ويوضح حالة الحسابات المطلوبة للتحصيل . برنامج الحسابات تحت الدفع يتحكم و يضيف مشتريات الفندق ويساعد في التحكم في توفير نقدية كافية للفندق لتسديد مديونياته كما يصنف حسابات شركات السياحة التي يتعامل معها الفندق حسب فترة السماح للدفع كما يضع قوائم لشركات السياحة الغير المرغوب في التعامل معها مستقبلاً لعدم التزامها بتسديد مديونياتها للفندق في فترات السماح المتفق عليها ، كما يصنف حسابات الموردين ومستحقاتهم المالية على الفندق ويعطي مواعيد لاستحقاقها للدفع.

٢- برامج إدارة حسابات المرتبات يشمل بيانات الحضور و الانصراف و توزيع المرتبات وحساب الضرائب و المستقطعات و المكافآت على المرتبات. يقوم هذا النظام بإنشاء ملف لكل موظف يحوي بياناته الخاصة و نظام حساب مرتبه طبقاً لمعادلات محاسبية خاصة بلائحة الأجور و المرتبات في الفندق، كما يعطي بيانات إحصائية عن عدد الموظفين في كل قسم ومعدل تغير العمالة وحركة الترقيات الوظيفية.

٣- برامج التقارير المالية: لإصدار حسابات المراجعة و الميزانية وحساب الأرباح و الخسائر الخاص بالفندق والخاص بكل قسم وتحليل القيود المحاسبية و العمليات المالية المرتبطة بدفتر أستاذ النزلاء ودفتر الأستاذ العام ومقارنتها بالمعدلات السنوية السابقة ومعدلات الميزانية السنوية وإعطاء إحصائيات مالية و محاسبية تساعد في اتخاذ القرار مستقبلاً لزيادة الأرباح و تقليل التكاليف وتحسين العائد على رأس المال.

٤- برامج التحكم في المخزون: يدير المخزون أوامر الشراء ودورة المخزون واستعمالاته. تنشىء على هذه البرامج ملف لكل صنف من أصناف المخزون برقم كودي خاص لكل صنف يعطي بيانات عن حركة المخزون والكمية المتوفرة منه في المخازن ومواعيد الطلبات الدورية منه وإجراءات أمر الطلبات و الصرف الخاصة بهذا الصنف وسعره وبيانات عن الموردين مما يساعد في حسن إدارة المخزون وتقليل الفاقد.

- **من أمثلة برامج الحاسب الآلي المستخدمة في الفندقة:**

١- برنامج إدارة حسابات النزيل إلكترونياً GUEST ACCOUNTS PROGRAM : يتم ترحيل مصاريف النزلاء وكلفة الخدمات إلكترونياً من مراكز الإيراد عن طريق ماكينات الحسابات الإلكترونية لفواتير النزيل الإلكترونية على الحاسب الآلي للمكاتب الأمامية.

٢- نظام الحاسب الآلي للهاتف CALL ACCOUNTING SYSTEM : يوجه ويسعر و يصنف و يرسل مكالمات النزيل إلى فواتيره الإلكترونية.

٣- نظام إصدار المفاتيح الإلكترونية عبر الحاسب الآلي ELECTRONIC LOCKING SYSTEM: نظام إصدار المفاتيح الإلكترونية للغرف يتم ربطه بالحاسب الآلي للمكاتب الأمامية للأمان و الكفاءة.

٤- نظام التحكم في الطاقة عبر الحاسب الآلي ENERGY MANAGEMENT SYSTEM : يحكم درجة الحرارة والرطوبة في الغرف عن طريق ربطه مع برنامج إدارة الغرف ليتحكم في

تشغيل المعدات في غرفة النزيل للتحكم في الطاقة والمساعدة في توزيع الغرف على النزلاء في مجموعة واحدة من غرف الفندق في أيام الإشغال الضعيف و إغلاق باقي مجموعات الغرف الأخرى لتوفير تكاليف استهلاك الطاقة.

٥- نظام قناة المعلومات الآلي الخاص بالفندق

GUEST INFORMATION ELECTRONIC SYSTEM : يمكن للنزيل التعامل مع الحاسب الآلي سواء في الغرفة أو المناطق العامة بالفندق للاستعلام عن الحفلات و المناسبات بالفندق و يمكنه طبع قائمة بتلك المناسبات عن طريق طابعات موصلة بوحدات الحاسب الآلي الخاصة بنظام المعلومات الآلي الخاص بالفندق.كما يمكن للنزيل عن طريقها مراجعة فاتورته وأحيانا إنهاء إجراءات المغادرة و تسوية حسابه عن طريق وحدات الحاسب الآلي الخاصة بهذا النظام أو جهاز التلفاز في غرفته ويمكنه الحصول على معلومات تهمه مثل مواعيد رحلات الطيران، دليل التسوق و المطاعم بالمدينة ، مراكز الترفيه ، أهم الأخبار و الأحداث الرياضية ، معلومات عن الفندق وأماكن الترفيه فيه وخدماته والفنادق الأخرى في سلسلة الفندق و عناوينها و أرقام هواتفها كما يمكنه ممارسة ألعاب الفيديو عليها.

٦- **نظام قناة الفيديو المدفوعة بالغرفة IN-ROOM MOVIE SYSTEM :**

يتصل ببرنامج حسابات المكاتب الأمامية فعندما يختار النزيل قناة الفيديو المدفوعة يتم ترحيل كلفتها إلى فاتورة النزيل الإلكترونية مباشرة.

٧- **نظام ثلاجة المشروبات بالغرفة**

FULLY AUTOMATED GUEST ROOM VENDING MACHINES :

تحتوي ثلاجات المشروبات في الغرفة في قاعدتها على خلايا ذات ألياف ضوئية تسجل تحريك المشروبات المخزنة من ثلاجات الغرف و ترسل إشارة لشريحة إلكترونية

متصلة بالتالي بالحاسب الآلي للمكاتب الأمامية حتى يتم ترحيل كلفتها إلى فاتورة العميل إلكترونياً.

٨- نظام جهاز الفاكس بالغرفة
ELECTRONIC IN-ROOM FAX MACHINE SYSTEM:

في فنادق رجال الأعمال و المؤتمرات يتم تزويد الغرفة بفاكس حيث يستطيع النزيل الاستقبال و الإرسال من خلاله مع ترحيل كلفة النظام إلى الهاتف ومنها إلى فاتورة النزيل إلكترونياً على الحاسب الآلي للمكاتب الأمامية كما يمكن للنزيل طبع فاتورته من خلال جهاز الفاكس.

من خلال ما تم شرحه من العوامل التي تؤثر على الهيكل التنظيمي الخارجي والداخلي للفندق،فإن أي عامل يعتبر مكمل للآخر ولذلك لا يمكن إهمال أي عامل من العوامل الخارجية أو الداخلية. أما التركيز على عامل معين على حساب عامل آخر فهذا يؤثر سلبياً على أعمال التشغيل الفندقي، وإذا أخذت جميع هذه العوامل بنظر الاعتبار فسوف تكون النتائج إيجابية لأعمال التشغيل الفندقي.

- أقسام الفندق

الفندق هو مؤسسة نشاطها إمداد العامة بتسهيلات إقامة مع تقديم خدمة أو أكثر من الخدمات التالية,خدمة الأغذية و المشروبات , خدمة الغرف, خدمة حاملي الحقائب، خدمة الغسيل, وخدمات استعمال المعدات والتجهيزات الخاصة بالعميل. يتم تصنيف أقسام الفندق إلى مراكز محققة للإيراد و إلى مراكز مدعمة. المراكز المحققة للإيراد تبيع خدمات و منتجات للعملاء وبهذا تولد إيرادات للفندق. من أمثلة مراكز الإيراد التقليدية المكاتب الأمامية، مطاعم الأغذية و المشروبات وخدمة الغرف وقسم التليفونات. المراكز المدعمة تسمى مراكز التكلفة وتشمل قسم الإشراف الداخلي والحسابات والصيانة والموارد البشرية ، هذه الأقسام لا تحقق إيرادات ولكنها تقدم دعم للمراكز المحققة للإيراد.

- قسم الأغذية والمشروبات:

يعتبر قسم الأغذية والمشروبات من عدة أقسام فرعية مهمتها تتضمن شراء وإنتاج وخدمة الأغذية يتولى هذا القسم عدة أنشطة من أهمها ما يلي:

١- مشتريات المواد الغذائية، حيث يتم شراء احتياجات الفندق من أسواق الجملة غالباً
٢- تخزين وحفظ المواد الغذائية المجمدة والطازجة الواردة للفندق
٣- إنتاج الأغذية والمشروبات
٤- خدمة الأغذية والمشروبات

يعتبر قسم الأغذية والمشروبات من الأقسام المنتجة في الفندق والذي يحقق إيرادات مهمة ويعتبر عامل جذب رئيسي للضيوف ومهمته هو الحصول على ربح مناسب وتوفير خدمة مكملة لخدمة الإيواء ويتكون هذا القسم من:

١ - **قسم إنتاج الطعام – KITCHEN:**

يرأس هذا القسم الطاهي التنفيذي EXECUTIVE CHEF والذي يشرف على عملية شراء الطعام وتحضير الطعام وخزنه ويتضمن عمله مهام إدارية ومهام فنية فالجانب الإداري هو تنظيم العاملين في المطبخ وتدريبهم وتوجيههم والعمل الفني هو إنتاج الطعام حسب المواصفات المطلوبة ويعتمد حجم المطبخ علي:

- حجم وعدد المطاعم الموجودة في الفندق
- نوعية الخدمات التي يقدمها الفندق
- نظرة الإدارة الفندقية لقسم الأغذية والمشروبات

يتكون المطبخ في أغلب الفنادق الكبيرة من عدة أقسام وهي:

١ - قسم الحار: الذي يحضر الطبق الرئيسي ويتكون من: -
   - قسم الصلصات
   - قسم تحضير الأسماك
   - قسم الشوربات
   - قسم المحمرات: يقوم بقلي جميع أنواع اللحوم والبطاطا والخضروات

٢ - قسم البارد: يتم فيه تحضير المأكولات الباردة كالسندويتشات و يتولي عمل المقبلات والمشهيات

٣ - قسم الخضروات: يقوم بتنظيف وتقطيع وتهيئة كافة أنواع الخضروات

٤ - قسم الحلويات والمعجنات والخباز

٥ - قسم المشويات: لإعداد جميع أنواع المشويات

٦ - قسم الجزار: لإعداد وتقطيع اللحوم وتهيئتها حسب احتياج المطبخ

٧ - قسم إعداد طعام العاملين (كافيتريا العاملين)

٨ - قسم النظافة والتعقيم وغسل وحفظ الأواني

٢ - المطاعم وأماكن تقديم المشروبات:

توجد في الفنادق الكبرى عدة أنواع من المطاعم يتخصص كل منها في أنواع معينة من الأطعمة بالإضافة إلى أماكن تقديم المشروبات.

٣ - خدمة الغرف:

يقوم بتقديم الطعام والمشروبات لضيوف الفندق في غرفهم ومهمة هذا القسم توصيل ما يطلبه ضيوف الفندق من طعام ومشروبات إلى غرفهم ويوجد في الغرف قائمة بأسعار وأنواع الطعام والشراب.

٤ - قسم خدمة الحفلات والمؤتمرات:

يقوم هذا القسم بتأجير قاعات الفندق لغرض إقامة مؤتمرات أو حفلات أو لقاء رجال أعمال أو حفلات الزواج وعادة تؤجر القاعة مع الطعام وأصبحت كثير من الفنادق تعتمد على إيرادات هذا القسم والذي يحقق أرباح للفندق تصل إلى ٤٠٪ من أرباح الفندق ويكون ارتباط هذا القسم إدارياً بقسم الأغذية والمشروبات واستشارياً بقسم المبيعات والتسويق لغرض توحيد الجهود لزيادة المبيعات.
يرأس القسم مدير الأغذية والمشروبات ويعاونه مديري المطاعم والشيف العمومي.

- قسم الحسابات:

يقسم عمل قسم المحاسبة لثلاثة أقسام وهي:

أ - غرف والتلفونات وإيرادات أخرى.

ب - حسابات المصروفات: لتسجيل وترحيل وتدقيق كافة مصروفات الفندق من شراء الأطعمة ومواد التنظيف والمشتريات أخرى.

ت - حسابات الرواتب: لحساب ودفع رواتب الموظفين والعلاوات والمكافآت .

ث - قسم المشتريوات والاستلام وحسابات المخازن: لتلبية طلبات الفندق من المشتروات سواء من الأغذية والمشروبات أوالبياضات والكيماويات والمواد الخام ومستلزمات الغرف، وفي حالة الشراء يقوم قسم الاستلام بتسلم المشتريات ومراجعتها طبقاً للمواصفات المطلوبة. ويقوم قسم إدارة المخازن بتنظيم عمليات التخزين و الصرف و الحفاظ على ادنى مستوى للتكلفة عن طريق التحكم في مستوى الصرف من المخازن عند الضرورة.

يرأس قسم المحاسبة المدير المالي ويعاونه المحاسبين والمراجعين وأمناء الصندوق وموظفي الحسابات .

- قسم الموارد البشرية:

تكون مسئولية قسم الموارد البشرية هي تعيين الموظفين الجدد وتدريب الموظفين ومن مهام القسم حفظ ملفات الموظفين وترقيتهم وتحفيزهم وإدارة علاوات و إجازات الموظفين . يقوم القسم باستقطاب الأفراد للعمل بالفندق وإجراء الاختبارات عليهم قبل الالتحاق في العمل وتحديد الأجور والمزايا العينية والمادية والحوافز والمكافآت . يتولى هذا القسم التأمين على العاملين وإعداد التقارير عنهم شاملة تقارير تقييم وتقويم الأداء وتوفير الدورات التدريبية لرفع مستوى أدائهم وكذلك الاهتمام بالجوانب السلوكية لتحريك دوافعهم وإثارة حماسهم نحو العمل وعلاج المشاكل التي قد تثار بين الموظفين.

- قسم المبيعات والتسويق:

يقوم هذا القسم بالنشاط الترويجي للفندق من خلال الدعاية أو الإعلانات ونشر المطبوعات عن الفندق والخدمات التي يقدمها ، ويقوم أيضاً بعمليات البيع الشخصي للخدمات الفندقية من خلال مندوبي الفندق الذين يتصلون بالشركات السياحية ومكاتب الحجز وكبار العملاء كالأندية الرياضية وكبار رجال الأعمال والشركات والمستثمرين لتسهيل التعاقدات وإقناعهم بالتعامل مع الفندق.

ويطلق على مندوبي البيع الفندقي القوى البيعية ويجب أن يتمتع بمهارات تفاوضية وشخصية عالية للتعامل مع مختلف قطاعات السوق المستهدف للفندق. ويشارك هذا القسم في تقديم الأفكار الإبتكارية المتعلقة بالمنتج الفندقي وتخطيط الخدمة لجذب أكبر عدد من النزلاء والمحافظة على الوضع التنافسي للفندق في السوق.

- قسم الهندسة والصيانة:

يضم القسم التخصصات الفرعية التالية:

- السباكة
- النجارة
- الدهانات والنقاشين
- صيانة المبني و الأعمال المدنية
- الكهرباء والميكانيكا والقوى المحركة

فمن واجبات ومسئوليات القسم الهندسي هو تنفيذ أعمال الصيانة لكافة مباني ومحطات وأثاث ومفروشات الفندق، توفير قطع الغيار اللازمة لأعمال الصيانة بالفندق، و تنفيذ الصيانة الدورية والعمرات السنوية لكافة الأجهزة والمعدات والآلات الموجودة بالفندق.

- قسم النشاط الرياضي:

يقوم هذا القسم بأعمال النظافة والصيانة لحمام السباحة وتلبية طلبات النزلاء من تزويدهم بالفوط وكذلك الاهتمام بالنادي الصحي وبرامج الترفيه الرياضي والاهتمام بنظافة الشواطئ في المنتجعات التي تطل على البحر.

- قسم الأمن:

يتولى هذا القسم مسئولية حراسة وحفظ الأمن داخل الفندق طوال النهار والليل عن طريق مراقبة أبواب ومداخل الفندق طوال اليوم، مراقبة العاملين أثناء خروجهم وتوفير الهدوء والأمن للنزلاء والمحافظة على ممتلكاتهم والتصدي للحرائق عند حدوثها والقيام بالتحريات عن ما يقع من حوادث أو سرقات. يلجأ قسم الأمن لاستخدام البوابات الإلكترونية للكشف عن وجود أي مواد يمكن أن تهدد سلامة الفندق.

في معظم الفنادق يعتبر قطاع الغرف هو القسم الذي يحقق أكثر الإيرادات وفي إحصائية أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية وجد أن قطاع الغرف يحقق ٦٣٪ من أجمالي إيراد الفندق.

يعتبر قسم المكاتب الأمامية جزء هام وقسم حيوي من قطاع الغرف بالإضافة لقسم الإشراف الداخلي. في بعض الفنادق يكون قسم التليفونات و قسم الحجز وقسم حاملي الحقائب وقسم الاستعلامات أقسام منفصلة عن المكاتب الأمامية وتابعة لقطاع الغرف . قسم المكاتب الأمامية هو أول وأكثر الأقسام التي يتعامل معها النزيل فموظفي المكاتب الأمامية لهم اتصال مباشر وتعامل مع النزيل أكثر من الأقسام الأخرى فقسم المكاتب الأمامية هو الواجهة الأمامية للفندق ، فالنزيل يأتي للمكاتب الأمامية لإجراء عمليات التسكين وللاستعلام عن خدمات الفندق ولإجراء عمليات المغادرة. يعتبر قسم المكاتب الأمامية المحرك الرئيسي للتحكم في بقية خدمات الفندق مثل الإشراف الداخلي و الصيانة وفي حالة الطوارئ يعتمد عليه في توجيه بقية الأقسام.

من وظائف قسم المكاتب الأمامية الأخرى هو توزيع البريد والرسائل الخاصة بالنزلاء والتحكم فيما يخص النزيل من العمليات المحاسبية. صراف المكاتب الأمامية يراجع و يسجل القيود الخاصة بالعميل كما أنها تخضع لمراجعة أخرى بواسطة المراجع الليلي. موظف الاستقبال يراجع أيضاً حسابات العملاء المطلوب تحصيلها وينتج التقارير الإدارية. بعض الفنادق تضيف وتدمج خدمة قسم الاستعلامات لقسم المكاتب الأمامية ويقوم بها موظف الاستقبال.

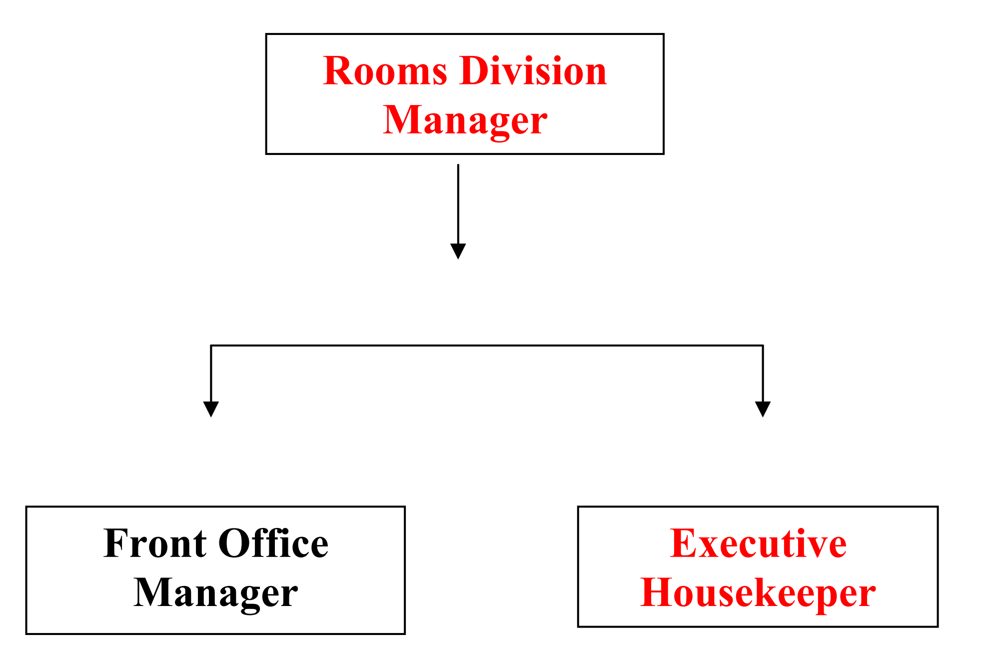
الاتصال بين المكاتب الأمامية و باقي الأقسام لتنسيق خدمات العميل:

- الإشراف الداخلي: يتم التنسيق بين المكاتب الأمامية و قسم الإشراف الداخلي لتجهيز الغرف للعملاء وتلبية طلباتهم الخاصة من مكواة ومنضدة للمكواة وبياضات إضافية للغرفة وضمان بيانات دقيقة عن حالة الغرف من حيث الإشغال والنظافة.
- الهندسة والصيانة: يعمل قسم الهندسة والصيانة بالتنسيق مع قسم المكاتب الأمامية والإشراف الداخلي لإصلاح الأعطال في غرفة العميل وضمان أن الأجهزة والمعدات التي تخص القسم و تخص غرفة العميل تعمل بصورة جيدة وفي حال ورود شكوى من النزلاء تتعلق بصيانة الغرف يتصل قسم الصيانة وكذلك يقوم رئيس الاستقبال بالتنسيق مع رئيس الصيانة لوضع خطة الصيانة السنوية.
- يتصل قسم الاستقبال بالخزينة من وقت إلى لأخر لإعطائه فواتير إقامة النزلاء لعمل حساباتهم وتسليمه خطابات الضمان من الهيئات والشركات المختلفة، وتساعد الخزينة قسم الاستقبال في تحديد أسماء النزلاء الذين دفعوا حساباتهم النهائية لتأجير غرفهم.
- مراكز الإيراد الأخرى التي تؤدي خدمات للعميل مقابل أسعار تسجل في فواتير القيود ويتم ترحيلها على فاتورة العميل وتشمل الكوافير وخدمة الغرف وخدمة الغسيل ومكائن البيع و النادي الصحي وتأجير السيارات وخدمة الحفلات وقنوات الفيديو المدفوعة.
- قسم التسويق والمبيعات العامة: يعمل قسم المبيعات و التسويق بالتنسيق مع المكاتب الأمامية لضمان تنفيذ الخطة التسويقية وزيادة جهود الموظفين لتنشيط المبيعات.
- يتصل قسم الاستقبال بالمطعم لإخطاره عن بمواعيد وجبات المجموعات التي وصلت، أما بالنسبة للمجموعات المتوقع وصولها فيتم الإخطار عن طريق النشرة الأسبوعية التي تتضمن اسم المجموعة وموعد مغادرتها وعدد الوجبات التي ستتناولها وأيضاً المشروبات الخفيفة التي ستقدم لتلك المجموعات الضيوف الفندق كتحية لهم عند الوصول.
- يقوم قسم الاستقبال بإخطار قسم خدمة الغرف بمجرد وصول النزيل ليقوم بتقديم خدماته (مأكولات ومشروبات) إلى النزيل وإرسال الفواتير إلى قسم الخزينة.
- يتصل قسم الاستقبال بالمطبخ كل ليلة لإعطائه بيان بعدد النزلاء الموجودين في الفندق وذلك ليتمكن المسؤول عن المطبخ من تكوين فكرة عن عدد النزلاء الذين سيتناولون وجباتهم في اليوم التالي ويخطره كذلك بأسماء الشخصيات المهمة(**VIP**) والنزلاء الذين يتبعون نظاماً خاصاً في الغذاء.

- قطاع الغرف

ROOMS DIVISION

يعتبر قسم إدارة الغرف أحد الأقسام الكبيرة والهامة في الفندق ويتبع هذا القسم قسمان فرعيان هما قسم المكاتب الأمامية وقسم الإشراف الداخلي، ويمكن توضيح ذلك في الشكل التالي: -



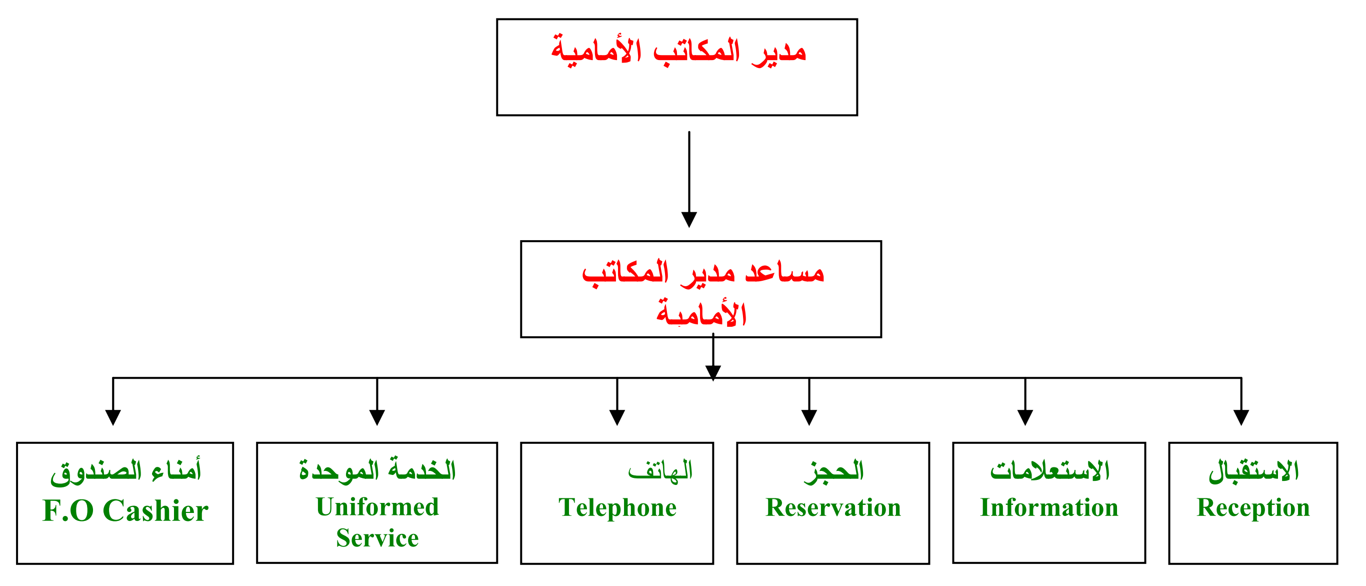
أولاً: قسم المكاتب الأمامية:

المكتب الأمامي هو الكاونتر أو مجموعة المكاتب الأمامية المواجهة لمقدمة الفندق، وقد اعتادت الفنادق أن تضع هذا المكتب أو الكاونتر في مقدمة الصالة الرئيسية للفندق ومجاور للمدخل الرئيسي لضيوف الفندق وفي مكان واضح ويشرف على حركة دخول وخروج الضيوف وبالقرب من مصاعد الزبائن، ويعد قسم المكاتب الأمامية مركز العصب بالنسبة لعملية التشغيل وعليه يتوقف إلى حد كبير نجاح الفندق أو فشله، ويعتبر المكتب الأمامي هو حلقة الاتصال بين نزلاء الفندق والإدارة وهو أول مكان يتصل به النزيل عند دخوله إلى الفندق لحجز غرفته وتسكينه كما أنه آخر مكان يقف عنده النزيل لسداد تكاليف إقامته.الانطباع الأول والجيد للضيف بالنسبة للفندق مهم جداً ولهذا السبب نشاهد اليوم أن أغلب الفنادق تركز على الأثاث والديكور ونوعية العاملين في المكتب الأمامي.

إذا بدأت إقامة الضيف في الفندق بلقاء لطيف ومهذب وسعيد بسبب المقابلة اللطيفة والخدمة الجيدة من قبل العاملين بالمكاتب الأمامية، فهناك احتمال كبير بأن الضيف سوف يكون راضي عن

الخدمات الفندقية الأخرى التي ستقدم له خلال فترة إقامته بالفندق، ولكن إذا كان تعامل قسم المكاتب الأمامية مع الضيوف فيه قسوة وتأخير فإن الضيف سوف يشعر بعدم الرضا خلال إقامته بالفندق.

ويتكون الهيكل التنظيمي للمكاتب الأمامية من:



يكون ارتباط مدير المكتب الأمامي إما بمدير الفندق أو مدير الإيواء أو مساعد مدير الفندق أو المدير المقيم.

ويمكن تلخيص وظائف المكاتب الأمامية فيما يلي:

أولاً: وظائف لها اتصال مباشر بالنزلاء:

١ -تحية النزلاء والترحيب بهم باسم إدارة الفندق.
٢ -بيع الغرف واستلام الحجوزات.
٣ -تسجيل النزلاء وتخصيص الغرف لهم.
٤ -استلام وتوزيع الرسائل وطرود البريد على النزلاء أثناء تواجدهم بالفندق أو حجزها لهم لحين وصولهم إلى الفندق أو إرسالها إلى عناوينهم بعد مغادرتهم الفندق.
٥ -إعطاء المعلومات فيما يختص بالفندق والاستفسارات الأخرى التي تهم النزلاء.
٦ -تنمية المبيعات بالفندق عن طريق تنشيط مبيعات أقسام الفندق الأخرى كالأغذية والمشروبات والغسيل والكي.......إلى غير ذلك.
٧ -التعامل مع شكاوى ومشاكل النزلاء والعمل على حلها وإرضاء النزلاء.

ثانياً: وظائف لا تتصل اتصالا مباشراً بالنزلاء:

١ -إخطار الإدارة عن حالة تشغيل الفندق يومياً، عدد النزلاء، عدد الغرف المشغولة، متوسط نسب الإشغال، متوسط سعر الغرفة...... إلى غير ذلك من البيانات التي يتضمنها التقرير اليومي.

٢ - إخطار قسم الإشراف الداخلي (**Housekeeping**) عن أي تغييرات في إشغال الغرف وحالتها.

٣ -التعاون مع كافة أقسام الفندق كقسم المبيعات وقسم الإشراف الداخلي وقسم الصيانة والهندسة وباقي الأقسام الأخرى للوصول بسمعة الفندق ومستوى الخدمة فيه إلى المستوى الذي ترسمه الإدارة.

وترجع أهمية هذا القسم إلى العوامل الآتية:

(١) يبدأ في إنشاء علاقة مع النزيل من قبل أن يصل النزيل للفندق عن طريق الحجز (**Reservation**).

(٢) أول من يقابل النزيل عند دخوله الفندق وأول من يستقبله عن طريق قسم الاستقبال (**Reception**).

(٣) يكون على اتصال مستمر بالنزيل طوال مدة وجوده بالفندق عن طريق أقسام الاستعلامات (**Concierge**) وعلاقات النزلاء.

(٤ يحاسب النزيل عند مغادرته ويقوم المكتب الأمامي (**Front Office Cashier**).

(٥ يقوم بتوديع النزيل عند المغادرة نيابة عن إدارة الفندق وذلك بمعرفة قسم الاستعلامات وحاملي الحقائب.

(٦) يقوم بالاتصال المستمر بالضيف بعد مغادرته للفندق عن طريق المراسلات.

أهم الأعمال التي يقوم بها قسم المكاتب الأمامية:

(١) بيع الغرف:

والتي تتضمن كل إجراءات الحجز وكل الاتصالات مع الأشخاص الذين يبحثون عن إيواء في الفندق و تسجيل الضيوف وتحديد الغرف لهم.

(٢) تقديم الخدمة:

تتضمن استلام وتوزيع البريد ، البرقيات، رسائل الضيوف وتقديم كل المعلومات الضرورية حول الفندق والإيواء والبرامج المسلية ومناطق الجذب السياحي.

(٣) مسك الحسابات:

تحديد الديون، تقديم الفواتير، استلام الدفعات النقدية وبطاقات الائتمان والصكوك والحوالات البريدية والمصرفية.

تختلف مسئولية الإشراف على هذه الأعمال بين الفنادق والموتيلات ولكن تقنية وطبيعة تنفيذها تبقى نفسها لكل المكاتب الأمامية ولكل الفنادق.

الخدمات الرئيسية التي يقوم بها المكتب الأمامي في كل الفنادق بغض النظر عن حجم وموقع الفندق والخدمة التي يقدمها أو في الموتيلات هي البريد، المعلومات، الغرف، وأمناء الصندوق.

يختلف عدد العاملين في المكاتب الأمامية من فندق لآخر وكما ذكرنا سابقاً تعتمد على حجم الفندق وعدد غرفه وموقعه والخدمة التي يقدمها ونوعية ضيوفه. علماً بأن هذا القسم يعمل ثلاث ورديات، أي على مدار عمل متواصل دون انقطاع حيث تبدأ الوردية الصباحية من الساعة السابعة إلى الساعة الثالثة مساءاً والوردية الثانية من الساعة الثالثة مساءاً إلى الساعة الحادية عشر ليلاً والثالثة من الساعة الحادية عشر إلى الساعة السابعة صباحاً.

أهم الأعمال التي يقوم بها مدير المكاتب الأمامية:

يعتبر مدير قسم المكاتب الأمامية مسئولاً عن تنظيم وتنسيق كل النشاطات المتعلقة بتشغيل المكاتب الأمامية لكي يصل إلى أقصى إشغال للفندق محققاً بذلك أعلى دخل وأكبر قدر من رضا النزيل.

وفيما يلي أهم الأعمال التي يقوم بها مدير قسم المكاتب الأمامية:

أولاً: الاستقبال: -

١. مسئول عن مراجعة مختلف التقارير التي يرفعها الاستقبال بشأن إشغال الغرف.
٢. يرحب بالشخصيات المهمة ويرافقها إلى غرفها.
٣. يتأكد من صحة كشف أسماء الشخصيات المهمة وأنه قد تم توزيعها قبل الساعة العاشرة صباحاً.
٤. يتناول كل مشاكل النزلاء التي تتصل بالمكاتب الأمامية.

ثانياً: الحجز: -

١. يراجع التقارير المختلفة التي ترد إليه من قسم الحجز.
٢. يتناول كل المراسلات الخاصة بالحجز.
٣. متابعة أنواع وطرق الحجز المختلفة المستخدمة بالفندق.

ولكي يضمن إدارة سلسة عليه اتباع الخطوات التالية:

- التأكد من تحقيق أهداف التشغيل.
- تطوير وتنفيذ الدورات التدريبية.
- وضع الخطط ومراقبة كل النفقات المتصلة بالقسم.
- القيام بنشاط التنبؤ فيما يتعلق بنسبة الإشغال والعائدات.
- نقل القرارات والمعلومات الإدارية إلى كل شخص من العاملين معه وتطبيقها بالكامل.
- ضبط تكلفة العمل وبذل الجهد لتقليل النفقات والتحكم فيها.
- زيادة حجم المبيعات والتأكد من أن كل موظفي المكاتب الأمامية على دراية بالمبيعات.
- مراجعة قائمة الاختلاف التي يعدها قسم الإشراف الداخلي يومياً.
- عمل مسح للأسواق المنافسة مرتين في السنة على الأقل.
- المشاركة في خطة العمل السنوية والإعداد للميزانية.
- التنسيق مع شئون الأفراد والتدريب فيما يخص تعيين وتدريب العاملين في المكاتب الأمامية.
- الإشراف على نظافة موظفي المكاتب الأمامية ومظهرهم وسلوكهم الطيب.
- الإشراف على حالة الأفراد في المكاتب الأمامية وذلك فيما يتعلق بالأداء الفردي.

- رفع التقارير المتعلقة بالمكاتب الأمامية إلى مدير قطاع الغرف يومياً.

تنظيم المكاتب الأمامية:

هناك تشابه في طبيعة الأعمال والوظائف في الفنادق الصغيرة والكبيرة ولكن يوجد اختلاف في نوعية وطبيعة الخدمات حيث تقدم الفنادق الصغيرة خدمات محدودة بالمقابل فالفنادق الكبيرة تقدم خدمات كاملة ولذلك فإن عملية تنظيم المكاتب الأمامية تأخذ أهمية خاصة في النشاط الفندقي.

وفيما يلي أهم العوامل المؤثرة في عملية تنظيم المكاتب الأمامية بالفندق: -

(١) حجم الفندق:

حيث أن الفنادق الكبيرة توظف عدد من الموظفين أكبر من الفنادق الصغيرة، وذلك لوجود أقسام أكثر وأكبر في نفس الوقت.

(٢) معايير الخدمة:

حيث أن الفنادق ذات الدرجة العالية عادة توظف مقدمي خدمة للضيف بشكل أكبر من الفنادق ذات الدرجة الأقل.

(٣) نوع الضيوف:

يقسم ضيوف الفندق إلى رجال أعمال وسياح ترانزيت وكل نوع منهم بحاجة إلى نوع خاص من الخدمات والتي تعتمد على تنظيم الفندق والموظفين فيه.

قواعد عامة لشغل الغرف:

١ -يجب أن يبدأ الفندق بتأجير الغرف الكائنة بالطابق الأول وعندما يستكمل إشغالها يبدأ في تأجير غرف الطابق الثاني وهكذا، وهذا الأسلوب يساعد على تركيز منطقة العمل كما يساهم في تقديم الخدمة بصورة أفضل.

٢ - يجب على الفندق أن يعرض الغرف التي تتناسب أسعارها مع نوعية العميل.

٣ - لا يجب إرباك العميل بخصوص مجموعات مختلفة من الغرف، بل يجب أن يحصر مجال اختياره في نوع واحد أو نوعان على الأكثر.

٤ - يجب أن يعرف بلباقة ما إذا كان الضيف (بصحبة زوجته) ويفضل غرفة بسريرين منفصلين أو غرفة بسرير مزدوج.

٥ - يجب مراعاة أن الأسرة التي تنزل بالفندق دائماً ما تفضل حجرات متصلة أو على الأقل حجرات مجاورة لبعضها.

٦ - يجب أن نلاحظ أن الضيوف كبار السن لا يفضلون صعود السلم أو المشي مسافات طويلة من محل الإقامة إلى المطعم مثلاً أو الكافيتريا.

٧ - قبل أن تحجز للضيف عليك بالتعرض إلى ما يفضله، مثل هل يفضل غرفة تطل على الحديقة أو البحر أو الطريق، أو هل يفضل غرفة بعيدة عن الضوضاء.

٨ - إذا رغب أحد الضيوف في الإقامة بغرفة مفردة ولم تكن هناك غرف مفردة شاغرة، فعليك بتوفير غرفة ذات سرير مزدوج فهي أفضل عملياً من زاوية استخدام المفروشات) عن الغرف ذات السريرين.

٩ - إدارة الفندق تتوقع دائماً من موظفيها أن يقوموا بتسويق الغرف المرتفعة الأسعار، إلا أن هذا لا يجب أن يجعلك تهمل ما يفضله الضيف، فالفندق يهمه راحة الضيف وإرضاءه حتى يكسب عن طريقه سمعة طيبة، والخطوة الأولى لعملية الحجز قد تكون من خلال رسالة – مكالمة تليفونية – فاكس – بريد إلكتروني .....الخ، وأياً كانت الوسيلة فإن هذه الخطوات تتبعها دائماً خطوات أخرى قد تختلف من فندق إلى آخر إلا أن المبادئ الرئيسية تأخذ المسار التالي: -

أ - ورود رسالة للاستفسار عن إمكانية الحجز.

ب - يقوم الفندق بالرد على هذه الرسالة مرفقاً مطبوعات عن الأسعار ونموذج الحجز وأية معلومات أخرى قد تهم الضيف.

ت - باستلام نموذج الحجز من الضيف يتم التأشير على البيانات في سجل الحجز، كما يتم استيفاء بطاقة الحجز وتاريخ وصول الضيف.

ث - يؤشر بالحجز في كشف الغرف الشاغرة.

ج - يؤشر بالحجز في الرسم البياني لغرف الفندق.

ح - بتاريخ وصول الضيف يتم استيفاء كافة البيانات وتبليغها لمختلف أقسام الفندق.

خ - بتاريخ وصول الضيف تحرر بطاقة باسمه ورقم الغرفة.

د - بتاريخ وصول الضيف يقوم بالتوقيع في سجل الفندق أو استيفاء بطاقته.

ذ - ترسل بيانات الضيف لإضافتها إلى سجلات الحفظ الخاصة بالفندق.

ر - إذا كان الضيف يقيم لأول مرة تحرر له بطاقة وتضاف إلى سجلات الحفظ.

ز - يسلم مفتاح الغرفة إلى الضيف عند وصوله.

تبلغ أسماء الضيوف وبياناتهم للأقسام المختلفة ويفتح لكل منهم حساباً خاصاً حتى تاريخ مغادرة الضيف الفندق.

ثانياً: قسم الإشراف الداخلي

يعتبر قسم الإشراف الداخلي من أهم أقسام الفندق نظراً لتشعب واجباته وتعدد مسئولياته التي تتصل اتصالا مباشراً بنجاح عمليات التشغيل في الفندق وبالتالي زيادة إيرادات الفندق.

هذا القسم مسئول عن نظافة غرف النزلاء والمناطق العامة في الفندق وكذلك مكاتب العاملين والمناطق الخاصة بهم ما عدا المطبخ، كما أنه مسئول عن توفير البياضات والمفروشات والأزياء الموحدة للموظفين، ويعتبر هذا القسم صاحب أكبر نسبة من العمالة بين أقسام الفندق نظراً لكبر حجم العمل الذي يقع على عاتقه. كما يقع تحت مظلة قسم الإشراف الداخلي المغسلة، حيث تملك الفنادق الكبرى مغسلة للقيام بغسل بياضات الفندق وملابس العاملين وكذلك ملابس النزلاء بينما الفنادق المتوسطة والصغيرة قد تتعاقد مع مغسلة خارجية لإتمام هذه المهمة.

المناطق المسئول عنها قسم الإشراف الداخلي:

إن مدير عام الفندق هو المسئول عن تحديد الأماكن التي يتولى قسم الإشراف الداخلي تنظيفها في الفندق، وعموماً معظم أقسام الإشراف الداخلي في الفنادق تكون مسئولة عن تنظيف الأماكن التالية:

- غرف النزلاء
- الممرات
- حمامات السباحة
- مكاتب الإدارة
- المخازن
- غرفة البياضات والخياط
- غرفة الغسيل
- مناطق الفندق الخلفية مثل غرف ملابس العاملين

- قاعات الاجتماعات
- المطاعم
- قاعات الحفلات
- المحلات التي يديرها الفندق
- النادي الصحي
- غرف الألعاب
- المساحة الخضراء المحيطة بالفندق
- مداخل ومخارج الفندق
- بهو الفندق
- المكاتب الأمامية
- أماكن انتظار السيارات

مسئوليات قسم الإشراف الداخلي:

من أهم مسئوليات قسم الإشراف الداخلي هي مشاركة مدير الفندق في العمل على رفع نسبة إشغال الغرف والمحافظة على زيادة هذه النسبة عن طريق العناية بنظافة غرف النزلاء وترتيبها وصيانتها.

كما يعتبر مدير قسم الإشراف الداخلي مسئول عن خفض تكاليف التشغيل عن طريق المحافظة على منقولات الفندق وأثاثه أثناء تنظيفها واستعمال الطرق والمواد المناسبة في صيانة هذه المنقولات.

ويمكن تلخيص مسئوليات قسم الإشراف الداخلي كالآتي: -

١ - المحافظة على مستوى عالي من النظافة في الفندق لضمان إرضاء النزلاء.

٢ - الإبلاغ عن أي إصلاحات مطلوبة في أسرع وقت ممكن.

٢ -منع أو إزالة الأخطار عن طريق إزالة الحالات التي يمكن أن تسبب أضراراً للنزلاء

٤ - ممارسة الطرق الصحية التي تحقق متطلبات القوانين والصحة.

٥ - المحافظة على جميع المناطق العامة من حيث النظافة والجاذبية.

٦ - تجهيز إمدادات كافية من: البياضات – الزي الموحد للعاملين – أدوات النظافة – أدوات النزلاء – المطبوعات الورقية.

٧ - ضمان نظافة ونظام جميع أماكن الخدمة وأماكن العاملين.

٨ - المحافظة على جميع الممرات من حيث النظافة والأمن والخلو من العقبات.

٩ - تنظيف جميع أجهزة الإضاءة واستخدام مصابيح إضاءة ذات قوة كهربائية صحيحة.

١٠ - صيانة جميع التجهيزات والمعدات المتاحة.
١١ - حفظ السجلات اللازمة لعملية تشغيل قسم الإشراف بفاعلية.
١٢ - الإشراف على حفظ سجلات القسم مما يساعد على ربحية الفندق.
١٣ - السيطرة على مصروفات القسم مما يساعد على ربحية الفندق.
١٤ - تعزيز وسائل اتصال خصبة داخل القسم ومع الأقسام الأخرى.
١٥ - جدولة العاملين حسب نسب الإشغال الجارية.

تخطيط العمل بقسم الإشراف الداخلي

يعد التخطيط أهم وظيفة إدارية لمدير قسم الإشراف الداخلي، وحيث أن قسم الإشراف الداخلي مسئول عن تنظيف وصيانة مناطق عديدة ومختلفة في الفندق، فتخطيط عمل القسم يعد مهمة كبيرة وضخمة. يجب على مدير قسم الإشراف الداخلي وضع أسلوب تخطيط منهجي تدريجي حتى يضمن ليس فقط إنجاز العمل بالقسم ولكن إنجاز العمل بطريقة صحيحة وفعالة في الوقت المطلوب وبأقل التكاليف " وإلا سيجد مدير قسم الإشراف الداخلي نفسه مرتبكاً بين مئات التفاصيل الهامة التي يجب أن توجه ".

- الأنشطة الأساسية للتخطيط

أسئلة التخطيط الأولية الأساسية	الوثائق الناتجة
(١) ما هي المفردات التي يجب تنظيفها أو صيانتها في هذه المنطقة؟	قائمة جرد المنطقة
(٢) كم مرة يجب تنظيف أو صيانة هذه المفردات؟	جدول تكرار الأعمال
(٣) ما الذي يجب عمله حتى ننظف أو نصون المفردات في هذه المنطقة؟	معايير الأداء
(٤) الزمن الذي يجب على العامل أداء المهمة الموكلة إليه طبقاً لمعايير الأداء في القسم.	معايير الإنتاجية
(٥) ما هي كمية المعدات والإمدادات التي يحتاجها العاملين حتى يحققوا معايير الأداء ومعايير الإنتاجية؟	مستوى المخزون

الهيكل التنظيمي لقسم الإشراف الداخلي Housekeeping Organization Chart

إن خريطة التنظيم الإداري تمدنا بصورة واضحة عن خطوط المسئولية وقنوات الاتصال في القسم، وهي لا تمدنا فقط بالاتجاهات النظامية للأوامر ولكنها أيضاً تحمي الموظفين من كثرة الأوامر التي يوجهون إليها.

فخريطة التنظيم الإداري توضح أن كل موظف يتلقى أوامره فقط من الشخص الأعلى منه مباشرة في الخريطة التنظيمية للقسم وكذلك فهي توضح قنوات نقل الشكاوى في القسم.

توصيف الوظائف Job Descriptions

إن نماذج توصيف الوظائف يجب وضعها أو تطويرها في كل منشأة بالاتفاق مع قسم شئون العاملين، وهذه النماذج توضع لصالح صاحب العمل والعامل نفسه.

مدير قسم الإشراف الداخلي يرجع إلى نماذج توصيف الوظائف حتى يتأكد من أن كل أعمال قسم الإشراف الداخلي تؤدى كما ينبغي وكذلك الموظفين يمكنهم مراجعة توصيف وظائفهم حتى يألفوا المهام المحددة لوظيفتهم.

توصيف الوظائف يجب أن يفصل على حسب احتياجات التشغيل المحددة لكل منشأة، وعليه فإن محتويات نماذج توصيف الوظائف تختلف بين أقسام الإشراف الداخلي المختلفة.

إن واجبات ومسئوليات مدير قسم الإشراف الداخلي تختلف اختلافاً هائلا وفقاً لأحجام وأنواع الفنادق المختلفة، وحيث أن توصيف الوظائف قد يصبح غير ملائماً في حالة تغيير واجبات العمل لذلك يجب مراجعتها على الأقل مرة كل عام وذلك لتعديلها قدر المستطاع. إن توصيف الوظائف يحدد المسئوليات والمتطلبات الخاصة بالعمل. أيضاً يجب إشراك العاملين في كتابة وتعديل توصيف الوظائف الخاصة بمراكزهم.

كل موظف في قسم الإشراف الداخلي يجب أن يحصل على نسخة من توصيف الوظيفة الخاصة بمركزه وكذلك يمكن إعطاء توصيف الوظائف للراغبين في العمل قبل تعيينهم حتى لا يقبل أحد وظيفة ثم يقرر أنها لا تناسبه لأنه كان على عدم دراية بمتطلبات هذه الوظيفة.

مميزات توصيف الوظائف:

(١) تحليل الوظيفة (مميزاتها – إجراءات إنجازها).

(٢) وضع خطط تدريبية.

(٣) إعداد نماذج فعالة لتقييم الأداء.

الجزء التالي يعرض مثال نموذجي لتوصيف الوظائف بقسم الإشراف الداخلي في الفنادق الكبرى (مدير قسم الإشراف الداخلي).

مدير قسم الإشراف الداخلي Executive Housekeeper

الواجبات الأساسية Basic Duties

(١) مسئول عن نظافة جميع غرف النزلاء، والأماكن العامة بالفندق مثل (البهو والاستراحات) والمناطق الخلفية أو الداخلية في الفندق ما عدا المطبخ (لأنه من اختصاص قسم (الاستيوارد).

(٢) مسئول عن تخطيط وتوجيه ومراقبة قسم الإشراف الداخلي والغسيل والكي بطريقة سلسة وفعالة.

(٣) مسئول عن توفير بيئة مأمونة ومنظمة لكل من النزلاء والعاملين بالقسم.

(٤) مسئول عن صيانة أثاث وأجهزة ومعدات كل غرفة.

مجال العمل Scope of Work

(١) تدريب العاملين في قسم الإشراف الداخلي والغسيل والكي حتى يمكنهم تطوير عادات عمل جيدة في القسم.

(٢) يتأكد من أن كل المقومات والأشياء المطلوبة للعاملين (لضمان عملية التشغيل) موجودة في المخازن.

(٣) يحلل إجراءات العمل في القسم وذلك للعمل على زيادة الإنتاجية والجودة من أجل المحافظة على مستوى نفقات القسم.

الأعمال التي يؤديها Work Performed

(١) عمل المقابلات الشخصية **Interviews** وتعيين الموظفين **Hire Employees** وتوجيههم **Directing** وتنظيمهم **Organizing**.

(٢) يقوم بتفتيش الفندق **Inspection** بالكامل.

(٣) يعد نماذج توصيف الوظائف لكل فئة وظيفية بالقسم.

(٤) مسئول عن شراء كل المؤن المطلوبة للغرف وغيرها للحفاظ على مستوى المخزون **Par Stock**

(٥) حفظ سجلات للأدوات المخزنة مثل البياضات وزي العاملين والمفارش.

(٦) يشرف على قسم المفقودات الموجودات **Lost & Found**.

(٧) يضع البرنامج التدريبي الخاص للعاملين بقسم الإشراف الداخلي.

(٨) يحل مشاكل النزلاء ويلبي طلباتهم.

(٩) يعمل عن كثب مع أقسام الفندق الأخرى مثل المكاتب الأمامية.

(١٠) يحافظ على صلات وثيقة مع المتعهدين الذين يوردون منتجات القسم من خارج الفندق.

(١١) يشارك في أنشطة الفندق المختلفة.

(١٢) يشارك في إعداد الميزانية السنوية.

(١٣) يتأكد من صيانة جميع الأجهزة والمعدات المستخدمة بالقسم.

(١٤) يضع جدول صيانة وقائي للأجهزة والمعدات لتفادي تعطيلها.

- **مفهوم الإدارة الفندقية**

- معنى الإدارة:

الإدارة هي استخدام الموارد لتحقيق الأهداف وبمعنى أقرب هي استخدام ما تملكه لتحقيق ما تريد تحقيقه.

بتطبيق هذا المعنى على الإدارة الفندقية، يتبادر إلى ذهننا ما هي الموارد المتاحة لتحقيق الأهداف.

الموارد في الفندق تشمل سبعة عناصر كالتالي:

أ - الموارد البشرية

ب - المال

ت - الوقت

ث - النظم و الإجراءات

ج - الطاقة

ح - المواد الخام

خ - المعدات

الأهداف الفندقية تشمل:

أ - زيادة نسبة إشغال الغرف وزيادة المبيعات

ب - تحقيق أعلى مستوى من جودة المنتج والخدمة الفندقية

ت - تحقيق أعلى مستوى من رضاء النزلاء لضمان عودتهم مرة أخري للفندق.

يمكن تعريف إدارة الفنادق على أنها عملية التنسيق والتكامل للأنشطة الفندقية على نحو يتسم بمجموعة من الوظائف الأساسية كالتخطيط والتنظيم والقيادة والرقابة.

أما مفهوم الفندق فمن الممكن أن يختلف تعريفه تبعاً لمنظور تناولنا له، فمن الناحية التنظيمية يمكننا وفقاً للنظرية العاملة للنظم النظر للفندق كنظام إداري مصمم للعمل من أجل تحقيق مجموعة محددة من الأهداف ويقبل في سبيل ذلك مدخلات تتمثل في الموارد المتاحة للفندق وهي الموارد البشرية " الأفراد العاملين به" والموارد المعلوماتية " لتنظيم المعلومات المدخلة المستخدمة في دعم عمليات اتخاذ القرار الفندقي" و أيضاً الموارد المادية مثل الآلات، المعدات، الأثاث، المباني، الأراضي، و وسائل النقل وأيضاً الموارد المالية كالأموال.

مدير الفندق:

مدير الفندق هو العضو التنظيمي المسئول عن تكامل وتنسيق عمل الآخرين، ويعني ذلك أن المدير هو الشخص المسئول عن الأداء المتعلق بعمل فرد أو أكثر من العاملين بالفندق والذين يطلق عليهم المرؤسين.

مبادئ الإدارة:

١ - الصلاحية: يجب أن تمنح الصلاحية إلى المديرين لغرض إصدار الأوامر
٢ - التسلسل الوظيفي: خط الصلاحيات يجب أن يبدأ من الإدارة العليا إلى الإدارة الأولي
٣ - الانضباط: يجب على العاملين احترام الأسس والسياسات التي تحدد عمل الفندق
٤ - وحدة الأوامر: كل عامل يجب أن يكون لديه مدير واحد أي عدم وضع مديرين اثنين لمجموعة عاملين
٥ - وحدة التوجيه: يجب اتباع خطة واحدة للوصول إلى الهدف
٦ - مصلحة الفندق: هي أكثر أهمية من مصلحة الأفراد العاملين في الفندق
٧ - المكافآت: يجب إعطاء مرتبات ومكافآت بمستوى مرضي
٨ - تقسيم العمل: كل مجموعة عاملين يجب أن يكون لديهم عمل محدد
٩ - يجب إعطاء العاملين نوع من الحرية لتطوير وتطبيق الخطط الموضوعة
١٠ - روح الجماعة: عندما يتم عمل العاملين بشكل مجموعات فإنه من الممكن تطبيق روح الجماعة والتي تكون لصالح الفندق.

العملية ا لإدارية :

تمر المرحلة الإدارية بسبعة عناصر متسلسلة ، فالهدف من العملية الإدارية هو اتباع خطوات متسلسلة لتحقيق أهداف الفندق وتلك الخطوات يمكن صياغتها كالتالي:

١ - **مرحلة التخطيط** : فيها يتم تحديد الأهداف ويجب أن تكون الأهداف سهلة التحقيق وواقعية ومحددة بالمدى الزمني ويتم اختيار وتحديد الأهداف بدقة بعد جمع المعلومات اللازمة. ويجب أن تكون الأهداف مرنة وقابلة للتعديل في المستقبل عند الحاجة لتعديلها.ويجب تحديد الأهداف قبل تطوير أو وضع الخطط:

- يجب وضع وقت محدد لتنفيذ الخطة ويجب تنفيذها خلال وقت العمل الأساسي وليس خلال الوقت الذي ممكن أن يتوفر
- يجب الحصول على معلومات كافية قبل تطوير أو عمل الخطط
- التخطيط وتطوير الخطط يجب أن يتم من الإدارة العليا
- السماح بالمساهمة بالتخطيط ضمن العمل المحدد
- يجب أن تمتاز الخطط بالمرونة والسماح بوضع إجراءات أو تعديلات معينة
- يجب أن تنفذ الخطط ضمن الفترة الزمنية المحددة لها

٣ -**مرحلة التنظيم** : يتم فيها تحديد المسئوليات وتوزيع المهام وتحديد المديرين والمشرفين والموظفين المسئولين عن تنفيذ المهام والعلاقة الوظيفية بينهم في الهيكل التنظيمي الخاص بالفندق ومناطق السلطة و النفوذ في الوظائف الإدارية ومراكز اتخاذ القرار وكيفية استخدام الموارد. من أهم مبادئ التنظيم والمسئوليات هي:

- الصلاحيات يجب أن تكون ضمن خطوط غير مقطوعة من الأعلى إلى الأسفل أي يجب أن لا يتم تداخل في الصلاحيات أو تحديد مديرين لبعض الأقسام.
- لكل عامل أو مجموعة عاملين يجب أن يكون لهم مدير واحد.
- يجب توضيح العلاقة بين الأقسام الفندقية لأن كل الإدارات الفندقية تعتمد إحداهما على الأخرى.
- ممكن تقسيم بعض الأقسام إلى فروع لغرض ضبط العمل وتقديم أفضل مستوي من الخدمة مثلاً قسم الغرف يتبع له المكاتب الأمامية والإشراف الداخلي والمغسلة.
- التنظيم الإداري في الفنادق يجب أن يغير أو يعدل من فترة لأخرى تبعاً للخدمات التي يقدمها الفندق وتبعاً لرغبات الضيوف التي تتغير باستمرار.

٣ - **مرحلة التنسيق:** يتم فيها تحديد طريقة مثلى لاستغلال الموارد مع تحديد قنوات الاتصال و كيفية التعاون بين الأقسام المختلفة. لتنفيذ أعلي مستوى من التنسيق الفعال:

- يجب أن يكون لدي المشرفين صلاحية تعزيز المهام المطلوبة من العاملين والقيادة واتخاذ القرار.
- يجب أن لا تنسق الموارد لإنجاز الواجب المحدد فقط ولكن يجب أن يساعد هذا العمل على تنسيق الجهود لخدمة أعمال الفندق ككل وهذا معناه الاتصال والتعاون مع بقية الأقسام الفندقية الأخرى.

٤ -**مرحلة التوظيف:** يتم فيها تحديد المهام الوظيفية والتوصيف الوظيفي لكل الوظائف مع تحديد طرق التدريب لإتقان تلك المهام. من مهام هذه المرحلة:

- عمل وصف لكل وظيفة بموجب الأهداف
- يجب دراسة كل المصادر التي يمكن الحصول منها على عمال جدد ومؤهلين
- يجب استعمال استمارات خاصة للمتقدمين للعمل تعطي البيانات اللازمة عنهم
- وضع نظام خاص للترقيات والنقل والفصل من العمل.

٥ - **مرحلة التوجيه:** يتم فيها ممارسة المهام الإشرافية وإصدار الأوامر والتعليمات لتنفيذ المهام المطلوبة واللازمة لتحقيق الأهداف. يجب تعريف العاملين بمهامهم مع منحهم الصلاحيات اللازمة وتقديرهم عند إنجاز أعمالهم.

٦ - **مرحلة الرقابة والسيطرة:** يتم فيها تحديد معايير الأداء ومقارنتها بمستويات الأداء الفعلي مع اتخاذ الإجراءات التصحيحية اللازمة لتقويم الأداء وتعديل الأخطاء لتحقيق المستو المطلوب من الأداء طبقاً للمعايير الموضوعة مسبقاً كأهداف ووقت محدد للعمل.

٧ - **مرحلة التقييم:** هو معرفة مدى دقة وكفاءة تنفيذ العمل لغرض الوصول للأهداف الموضوعة. يتم فيها مقارنة النتائج مع الأهداف المطلوب تحقيقها لقياس مدي تحقق الأهداف. في حالة عدم تحقق الأهداف يتم التعديل في الخطة أو الأهداف ووضع أهداف جديدة.

- مثال:

إذا اتخذنا مثال افتتاح فندق ودرسنا تطبيق العملية الإدارية بناءاً على ذلك كالتالي:

١ - مرحلة التخطيط : يتم فيها تحديد الهدف كالتالي أن نفتتح ونشغل الفندق في خلال ثلاثة أشهر ليحقق نسبة إشغال تزيد عن ٧٠ ٪ وحجم مبيعات يزيد عن مليون ريال سنويا.

٢ - مرحلة التنظيم: يتم فيها تحديد الهيكل التنظيمي للفندق والوظائف المطلوبة والعلاقة بينها من هو المدير وعدد المشرفين وعدد الموظفين في كل قسم.

٣ - مرحلة التنسيق: تحديد الموارد والعلاقة بين الأقسام وقنوات الاتصال وكيفية الاستخدام الأمثل للموارد مثل المعدات والأجهزة والأثاث.

٤ - التوظيف: تعيين المشرفين و الموظفين وتحديد مهامهم الوظيفية وتدريبهم عليها.

٥ - التوجيه: يتم في هذه المرحلة بداية افتتاح وتشغيل الفندق والعمل وإصدار الأوامر والقرارات اللازمة .لتنفيذ المهام في كل الأقسام كل حسب طبيعة عملهم.

٦ - الرقابة: يتم تصحيح الأخطاء وتقويم الأداء.

٧ - التقييم: مقارنة النتائج مع الأهداف الموضوعة مسبقاً.



- قسم الإشراف الداخلي مسئول عن إعداد الغرف للنزلاء المتوقع وصولهم



- نموذج لجناح فندقي



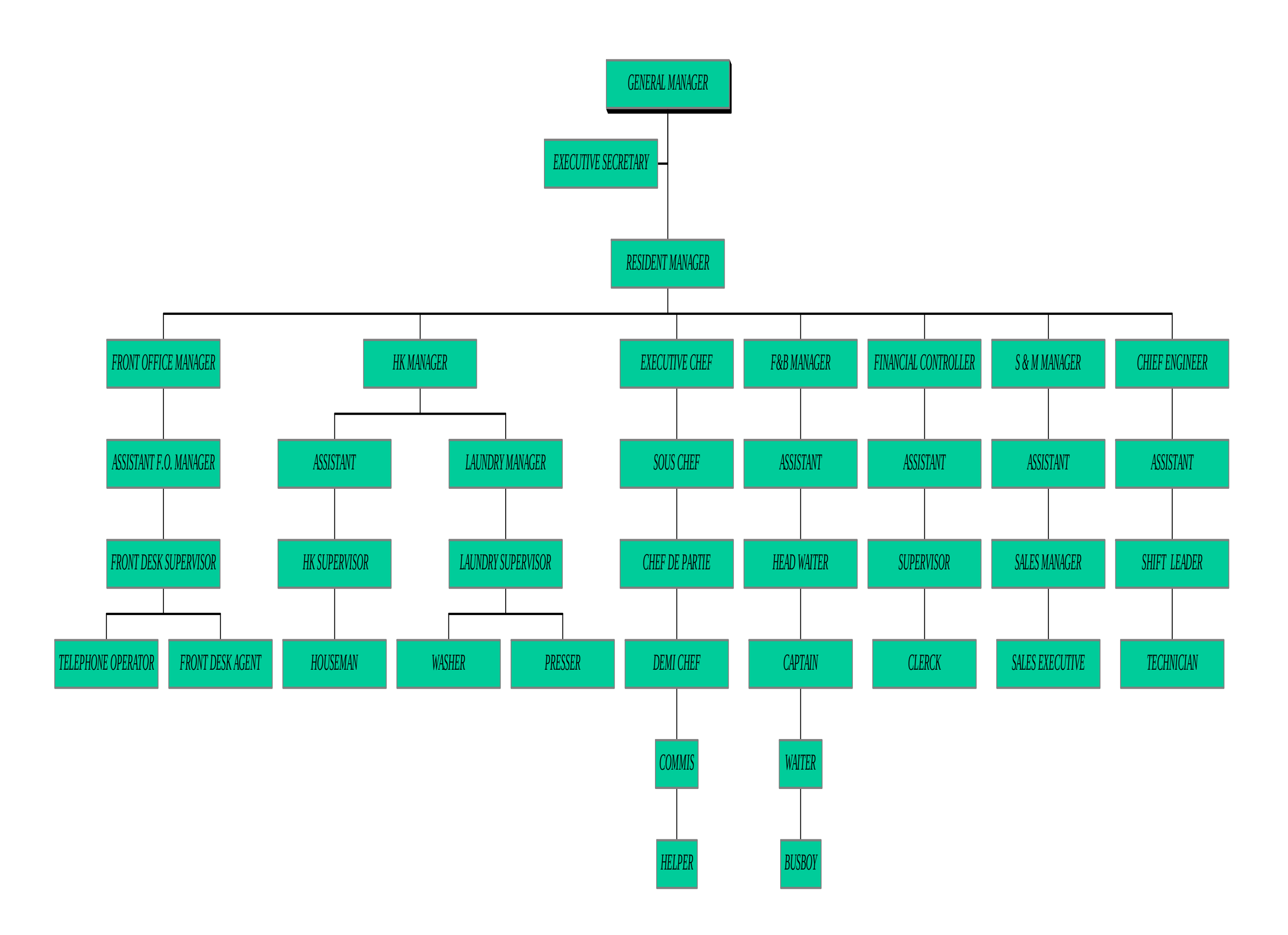
- نموذج لغرفة فندقية تحتوي على منطقة جلوس صغيرة



- نموذج لمطعم في فندق



- نموذج لمطبخ في موتيل صغير



- مثال لهيكل تنظيمي لمنتجع

تمارين

١ - السؤال الأول: عرف المصطلحات الفندقية التالية:

أ - الهيكل التنظيمي للفندق
ب - الخرائط التنظيمية
ت - التوصيف الوظيفي

٢ - السؤال الثاني: أكمل العبارات التالية بصورة صحيحة:

١- من أهم أسباب نشوء التنظيم الفندقي......................
٢- أهم إدارات الفندق ....
٣- من العوامل الداخلية التي تؤثر على الهيكل التنظيمي للفندق ....
٤- من وظائف قسم المكاتب الأمامية...............................
٥- من أهم أعمال مدير المكاتب الأمامية ....

٣ - السؤال الثالث : قارن بين:

- العوامل الداخلية والعوامل الخارجية التي تؤثر على الهيكل التنظيمي للفندق.
- مهام مدير قسم المكاتب الأمامية ومهام مدير قسم الإشراف الداخلي.

ملاحظات

ملاحظات

ملاحظات

ملاحظات

....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....

.محتويات الحقيبة التدريبية

محتويات الحقيبة التدريبية الأولى من الوحدات التدريبية

إدارة فندقية

موظف الاستقبال

١ -	الوحدة التدريبية الأولي:	صناعة الفنادق
٢ -	الوحدة التدريبية الثانية:	تصنيف الفنادق
٣ -	الوحدة التدريبية الثالثة:	التنظيم الفندقي
٤ -	الوحدة التدريبية الرابعة:	الاستغلال الفندقي والتأمين الفندقي
٥ -	الوحدة التدريبية الخامسة:	طبيعة العمل الفندقي



إدارة فندقية

الاستغلال الفندقي والتأمين الفندقي

الاستغلال الفندقي والتأمين الفندقي

٤

الجدارة:

المهنة	موظف استقبال فندق
الواجب	ينظم عملية التسكين و متطلبات عمله اليومي.
المهمة	يراجع وينظم حجوزات اليوم ويراجع إمكانية المغادرة و الاستعداد لإمكانية تحقيق رغبات النزيل.
الهدف الإجرائي للمهمة	يراجع وينظم حجوزات اليوم ويراجع إمكانية المغادرة و الاستعداد لإمكانية تحقيق رغبات النزيل من أجل تنظيم العمل

الأهداف:

عندما تكمل هذه الوحدة يكون باستطاعتك:

١- أن تشرح الاستغلال الفندقي والتأمين الفندقي بطريقة شفوية أو تحريرية في خلال خمس دقائق.

٢- أن تخبر عن مميزات وسلبيات أنواع الإدارة المختلفة بطريقة شفوية أو تحريرية في خلال أربع دقائق.

٣- أن تصف أهم إجراءات التأمين الفندقي بطريقة شفوية أو تحريرية في خلال خمس دقائق.

مستوي الأداء المطلوب: لا تقل نسبة إتقان هذه الجدارة عن ٩٠٪

الوقت المتوقع للتدريب: ثمانية ساعات

الوسائل المساعدة:

١ – استخدام التعليمات في هذه الوحدة

٢ – استخدام وسيلة عرض إلكترونية لإظهار شرح المدرب

متطلبات الجدارة:

- تحتاج للتدرب على جميع المهارات في الوحدة التدريبية الثالثة قبل دراسة هذه الوحدة التدريبية.

▫ الاستغلال الفندقي

يمكن تقسيم الاستغلال الفندقي إلى خمسة أقسام رئيسية:

(١) إيجار ثابت Fixed Rent

هو عقد يتعهد بموجبه المستغل (المستأجر) بدفع مبلغ ثابت شهرياً أو سنوياً مقابل إيجار مبنى الفندق، وهذا المبلغ يمكن احتسابه على أساس نسبة مئوية صافية من قيمة الأرض والمباني والأثاث بالإضافة إلى قيمة الضرائب العقارية والتأمين وأقساط استهلاك، كما يمكن للمستغل تحليل قيمة هذا الإيجار عن طريق إيجاد متوسط تكلفة بناء الغرفة بالنسبة لكل من الإيجار اليومي للغرف وتكاليف التشغيل.

(٢) الإيجار بواقع نسبة مئوية من صافي أو إجمالي أرباح التشغيل Fixed Rent with a Percentage

يمكن الاتفاق على الإيجار على أساس نسبة مئوية من صافي الربح، وقد جرى هذا العرف على أنه عند تأجير الفنادق أو تشغيلها على هذا الأساس يتعين على المالك أو المؤجر تسليم الفندق بكامل معداته وأثاثه وأن يتولى المستغل (المستأجر) توفير رأس مال التشغيل والقيام بدفع كافة المصاريف بما فيه العائد على رأس المال المقترض والضرائب العقارية والتأمين بالإضافة إلى كافة مصاريف التشغيل، ثم يوزع صافي الربح مناصفة أو بنسب مأوية معينة بعد خصم المصروفات المتفق عليها واحتياطي الاستبدال. لضمان مراقبة المالك لنصوص العقد وتوزيع الأرباح فإنه يتعين إلزام المستغل بموافاة المالك بمفردات حساب التشغيل الشهري منفصلاً وموضحاً به كافة إيرادات ومصاريف التشغيل على أن يكون للمالك الحق في كافة الأوقات المناسبة في مواجهة هذه البيانات ومراجعتها مستندياً طبقاً لما يراه مناسباً لعمليات الفحص.

(٣) مالك مستقل أو شركة مستقلة Operated System&Company Owned

ويقصد به شخص واحد يدير الفندق أو الموتيل أو قد تكون شركة مستقلة تدير فندق أو موتيل بصورة مستقلة.

إيجابيات هذا النظام:

١ - المالك مستقل وحر في إدارته وتصرفاته.
٢ - المالك والمدير هو شخص واحد وهذا بدوره يؤدي إلى الحصول على أرباح أكثر.
٣ - ممكن اتخاذ القرارات الإدارية بصورة سريعة ومستقلة.
٤ - يكون لدى المالك (المدير) سيطرة كاملة على السياسات ونظم وإجراءات التشغيل.

السلبيات:

١. إذا كان لدى المالك فندق واحد أو فنادق قليلة فإنه من الصعب الاشتراك في شركات الحجز المركزي أو شركات التسويق الكبيرة المتخصصة في تسويق الفنادق وتقديم المشورة لهم.
٢. من وجهة نظر السلاسل، إن عملية التوسع تكون بطيئة ومكلفة وتحتاج إلى رأس مال كبير.
٣. يتحمل المالك كافة المخاطر لفندقه أو لفنادقه وتظهر هذه السلبية خاصة في الدول التي يكون نظامها السياسي غير مستقر.

(٤) عقود الإدارة Management Contract

يتم تعاقد المالك للفندق أو الموتيل مع أحد السلاسل الفندقية لإدارة فندقه لقاء مصاريف أو نسبة من الإيراد الإجمالي للفندق تقوم السلسلة بإدارة الفندق وتعيين المديرين وتدريب الموظفين. المصاريف التي تدفع للسلسلة تختلف من سلسلة إلى أخرى حسب مكانة وسمعة السلسلة ومدى نجاحها. بعض السلاسل تطلب مصاريف فقط والبعض الآخر يطلب مصاريف بالإضافة إلى مصاريف تشجيعية أخرى. تحت هذا النظام يصبح المالك مستثمر يسمح للسلسلة بإدارة استثماره، وهذا النظام يستعمل كثيراً في دول العالم الثالث لعدة أسباب:

١. عدم استقرار النظام السياسي للدولة وخاصة بالنسبة للشركات الأجنبية ودائماً هذه الدول تمنع شركات أجنبية من حق التملك.
٢. تكون السلاسل الفندقية ذات شهرة وسمعة عالمية ولهذا فإن نجاحها تقريباً يكون مضموناً.
٣. عدم وجود أو توافر الكادر الإداري الفندقي الجيد في هذه الدول.
٤. عقود الإدارة تكون الحل الوحيد لهذه السلاسل في الانتشار والتوسع في هذه الدول.

شركة العقد الإداري لها سيطرة تامة على كافة مستويات الخدمة والجودة في الفندق وكذلك مسئولية التشغيل اليومي للفندق.

إيجابيات هذا النظام:

١ - السلسلة تدير الفندق وتضع اسمها التجاري عليه وهذا يوفر للفندق نظام الحجز المركزي الوطني والعالمي وخدمات التسويق المهنية.
٢ - يحصل المستثمر (المالك) على فريق إداري متخصص.
٣ - لا يتوجب على المستثمر الانشغال شخصياً بمشاكل عمليات التشغيل اليومية للفندق.

٤ - سهولة الحصول على قروض أو أموال معينة بغرض التوسع أو إضافة خدمات جديدة وطبعاً هذا يعتمد على السلسلة نفسها.

سلبيات هذا النظام:

١ - يدفع المالك مصاريف إدارية إلى السلسلة وهذا يجعل المالك وحده يتحمل المخاطرة وليس السلسلة.

٢ - ممكن أن تحدث مشاكل في الاتصال بين المالكين والسلسلة (الإدارة).

٣ - يعاني المالك في بعض الأوقات بعدم حصوله على معلومات كافية عن عمل الإدارة.

٤ - يفقد المالك السيطرة على قرارات التشغيل وربما لا يوافق على بعض ممارسات أو تطبيقات الإدارة.

٥ - السلاسل دائماً تعمل ضمن مستويات أو إجراءات محددة، في بعض الأحيان لا يوجد مجال للمرونة في التغيير حسب طبيعة البلد.

(٥) الامتيازات Franchise System

يوجد عدة حالات من الامتيازات ولكن بصورة عامة تعني أن تسمح سلسلة معينة من الفنادق للمالك بإدارة فندقية باسم السلسلة وبسيطرة إدارية كاملة بيد المالك وتقدم له السلسلة تسويقاً كاملاً وخدمات البضائع في الإدارة الرئيسية للسلسلة، وتحت الامتيازات تسمح للمالك باستعمال الاسم التجاري للسلسلة. يجب أن يلتزم الفندق بالسياسات الإدارية التي تفرضها السلسلة عليه، والمحافظة على مستوى معين من الخدمات والأثاث والديكورات ....الخ وكذلك المحافظة على الاسم التجاري للسلسلة.

يلتزم المالك بدفع مصاريف إدارية ثابتة إلى السلسلة بالإضافة إلى نسبة معينة من إجمالي المبيعات. ممكن أن يحصل المالك على امتياز لمدينة معينة أو منطقة معينة أو دولة معينة.

تكثر الامتيازات في الدول العالم المتقدمة سياحياً وفندقياً ومن حق السلسلة المانحة للامتياز في تفتيش الفندق دورياً أو بصورة مفاجئة للتعرف على الخدمات التي يقدمها الفندق.

يجب على المالك أن يحقق المعايير التالية:

١ - المعايير المحددة **Definitive Standards**

٢ - معايير جودة التشغيل **Operational Quality Standards**

تطبيق هذه المعايير خاضعة للتفتيش من قبل مدير المنطقة التابع للسلسلة الأم. المعايير المحددة يتم التفاوض عليها في بعض الحالات ويتم التسامح فيها وبموجب اتفاقيات معينة ومن أهم هذه المعايير:

عدد وحجم غرف الفندق — The size of the rooms

١ - كمية الأثاث — **The amount of furniture**
٢ - حجم الأسرة — **The size of the beds**
٣ - توافر خدمات الأغذية المشروبات — **Beverage outlets &The existence of food**
٤ - ساعات تشغيل الخدمات — **The hours of operation**
٥ - توفير مواقف للسيارات — **Parking Lots**
٦ - توافر أجهزة التليفزيون في كل غرفة — **Television**
٧ - توافر حمامات سباحة — **Swimming Pools**
٨ - توافر تكييف مركزي — **Centralized Air Conditioning**
٩ - توافر قاعات متعددة الأغراض — **Multipurpose Ball Rooms**
١٠ - تـــوفير خدمـــة الإشـــراف الـــداخلي — **Housekeeping Services**

أما معايير جودة التشغيل، وتكون واضحة أكثر ويجب تطبيقها ومن أهم هذه المعايير:

١ - النظافة — Cleanliness
٢ - جودة الخدمات — Quality of services
٣ -الأسعار — Prices
٤ - وقت المغادرة — **Check-Out Time**
٥ - تغيير البياضات — **Changing of linen**
٦ - معاملة الموظفين للضيوف ممتازة — **Politeness of staff**

أغلب شركات السلاسل التي تمنح حق الامتياز تطلب دفعة أولية من المالك والتي لا يمكن استردادها وتسمى مصاريف أولية إدارية وكذلك يتم الاتفاق على المصاريف التالية:

١ - مبالغ ثابتة تدفع شهرياً إلى الشركة الأم.
٢ - نسبة معينة تثبت على عدد الحجوزات التي تجري للفندق من قبل مكتب الحجز المركزي.
٣ - نسبة من مبيعات الغرف.
٤ - نسبة من المجموع الكلي للمبيعات.
٥ - مبلغ ثابت عن كل غرفة.
٦ - مبلغ ثابت عن كل غرفة مشغولة.

إيجابيات هذا النظام:

١ - الاستفادة من نظام الحجز المركزي والمحلي والوطني أو العالمي بالإضافة إلى التسويق المحلي والوطني والعالمي.
٢ - الحق في استعمال الاسم التجاري للسلسلة والذي دائماً يكون معروف لعدد كبير من السياح.
٣ - تقدم السلسلة إلى المالك مساعدة إدارية مهنية أو متخصصة والتي تساعد على رفع مستويات التشغيل وهذا يساعد المالك على النجاح في عمله الإداري.
٤ - الحق في شراء تجهيزات ومعدات الفندق من الموزع المركزي للسلسلة وهذا بدوره يتيح للمالك الحصول على بضاعة رخيصة وبخصم كبير.

سلبيات هذا النظام:

١ - يجب على المالك أن يدفع إلى السلسلة مصاريف الحصول على حق الامتياز وكذلك مصاريف شهرية حسب الاتفاق.
٢ - إذا حدث أي شئ غير جيد للسلسلة كأن تفقد سمعتها أو تخسر في أماكن معينة هذا بدوره ينعكس على المالك ويؤثر عليه.
٣ - يكون المالك محدد أيضاً في وضع سياسات وإجراءات معينة في العمل.

▫ التأمين الفندقي

مصاريف التأمين تعتبر ضمن المصاريف الكبيرة للفنادق. يوجد أنواع معينة من التأمينات التي يجب على الفندق وضعها في الاعتبار وتكون بحكم القانون، ويوجد بعض التأمينات غير ملزمة ويعتمد إجراءها على رأي الإدارة الفندقية. يوجد بعض أنواع من التأمينات تجري عند البدء في بناء الفندق وبعضها عند افتتاح الفندق. أنواع التأمين الإلزامي والاختياري يختلف من دولة لأخرى وحسب قوانين الدولة التي يقع بها الفندق وهي:

(١) التامين ضد الحريق

وهو عقد تتعهد بموجبه شركة التأمين بالتعويض إلى الفندق عن الأضرار التي من الممكن أن تحدث له نتيجة الحريق خلال المدة المنصوص عليها بوثيقة التأمين وضمن حدود مبلغ التأمين المتفق عليه مقابل مبلغ معين يدفعه المؤمن له (الفندق)، وقد جرت العادة على أن تتضمن الوثيقة التغطيات التالية:

(أ) مباني الفندق والتركيبات الإضافية والتليفزيونية والكهربائية وأجهزة تكييف الهواء والتبريد والمصاعد وتركيباتها.

(ب) جميع الأثاث والمفروشات وأدوات التشغيل الموجودة أو التي يمكن أن توجد بغرف النوم والمطاعم والصالات الممرات والمخازن.

(جـ) محتويات قسم المغسلة من معدات وأجهزة غسيل وتجفيف وكي.

(د) جميع العدد والأجهزة الملحقة بقسم المطبخ من أفران كهربائية وغازية ودواليب وأدوات المطبخ سواء أثناء الاستعمال أو التنظيف.

(٢) التأمين ضد السطو

هذا النوع من التأمين يغطي حوادث السرقة بالإكراه التي تحدث بالاعتداء على المكان الموجود بالوثيقة أي السطو باستعمال القوة أو كسر الشبابيك أو السرقة التي تحدث بإشهار أو استعمال السلاح، وتتضمن هذه الوثيقة النقد والمجوهرات الخاصة بالضيوف والأشياء القيمة الموجودة بالفندق.

(٣) التأمين ضد المسئولية المدنية

تشمل هذه الوثيقة مسئوليات المؤمن له المدنية عما يلحق الغير من أضرار مادية أو جسمية نتيجة خطأ من جانب المؤمن له بدون تعمد وتغطي هذه الوثيقة الضيوف الموجودين داخل الفندق عن الأضرار والخسائر المادية والمعنوية التي تحدث لهم نتيجة إهمال أو تعمد وتشمل أيضاً موظفي الفندق.

(٤) التأمين ضد خيانة الأمانة

تغطي هذه الوثيقة كافة الأخطار والأضرار التي يتعرض لها الفندق نتيجة اختلاس أو عجز أو سرقة في العهدة المسلمة لموظفي الفندق وذلك ضمن حدود المبالغ المؤمن عليها سواء كانت العهدة مبالغ نقدية أو بضاعة.

(٥) التأمين الصحي

تعتبر الرعاية الطبية وحماية صحة العاملين من أول المسائل التي تستهدفها نظم التأمينات الاجتماعية الشاملة لعلاقتها المباشرة بالإنتاج القومي وحماية حقوق القوى العاملة ، وتختلف وثائق التأمين من دولة إلى أخرى ويمكن أن يشمل التأمين الصحي الإصابات التي تحدث في العمل نتيجة حادث معين أثناء تأدية المؤمن عليه واجبه داخل مبنى الفندق.

(٦) تأمينات أخرى

ممكن لأي فندق أن يؤمن أي تأمين آخر مثل تأمين على حياة مديري الأقسام أو موظفي الفندق أو أي تأمين تراه الإدارة ضروري للعمل الفندقي.

تمارين

- السؤال الأول: عرف المصطلحات الفندقية التالية:

أ - عرف التأمين الفندقي
ب - عقود الإدارة الفندقية

- السؤال الثاني: أكمل العبارات التالية بصورة صحيحة:

١- يمكن تقسيم الاستغلال الفندقي لعدة أوجه كالتالي.......................
٢- من المعايير التي يجب أن يحققها المالك لحصوله على حق الامتياز ....
٣- المصاريف التي يدفعها المالك نظير حصوله على حق الامتياز تشمل ....
٤- من أهم عناصر التأمين الفندقي التي يمكن تغطيتها...............................
٥- وثيقة التأمين ضد الحريق تشمل التغطيات التالية ....

- السؤال الثالث: قارن بين:

- إيجابيات وسلبيات تطبيق عقود الإدارة الفندقية
- إيجابيات وسلبيات تطبيق نظام الامتياز كطريقة لإدارة الفندق
- الإيجار الثابت والإيجار بواقع نسبة مئوية من أرباح التشغيل كطرق للاستغلال الفندقي

ملاحظات

ملاحظات

ملاحظات

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

قائمة بأسماء الوحدات التدريبية في الحقيبة التدريبية التي تخص المهنة

محتويات الحقيبة التدريبية

محتويات الحقيبة التدريبية الأولى من الوحدات التدريبية

إدارة فندقية

موظف الاستقبال

١ -	الوحدة التدريبية الأولي:	صناعة الفنادق
٢ -	الوحدة التدريبية الثانية:	تصنيف الفنادق
٣ -	الوحدة التدريبية الثالثة:	التنظيم الفندقي
٤ -	الوحدة التدريبية الرابعة:	الاستغلال الفندقي والتأمين الفندقي
٥ -	الوحدة التدريبية الخامسة:	طبيعة العمل الفندقي



المملكـــة العربيـــة الســـعودية
المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني
الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج

إدارة فندقية

طبيعة العمل الفندقي

طبيعة العمل الفندقي



الجدارة:

المهنة	موظف استقبال فندق
الواجب	ينظم عملية التسكين و متطلبات عمله اليومي.
المهمة	يراجع وينظم حجوزات اليوم ويراجع إمكانية المغادرة و الاستعداد لإمكانية تحقيق رغبات النزيل.
الهدف الإجرائي للمهمة	يراجع وينظم حجوزات اليوم ويراجع إمكانية المغادرة و الاستعداد لإمكانية تحقيق رغبات النزيل من أجل تنظيم العمل

الأهداف: عندما تكمل هذه الوحدة يكون باستطاعتك:

١- أن تشرح أهمية وطبيعة العمل الفندقي وإيجابياته وسلبياته بطريقة شفوية أو تحريرية في خلال خمس دقائق.
٢- أن تصف أهم مؤهلات العمل الفندقي بطريقة شفوية أو تحريرية في خلال ثلاث دقائق.
٣- أن تصف نوعية العلاقة التعاقدية بين الفندق والضيف في خلال ثلاث دقائق.
٤- أن تشرح ضرورة التعاون بين أقسام الفندق والعوامل التي تساعد على نجاح الفندق بطريقة شفوية أو تحريرية في خلال خمس دقائق.

مستوى الأداء المطلوب: لا تقل نسبة إتقان هذه الجدارة عن ٩٠٪

الوقت المتوقع للتدريب: ثمان ساعات

الوسائل المساعدة:

١ – استخدام التعليمات في هذه الوحدة
٢ – استخدام وسيلة عرض إلكترونية لإظهار شرح المدرب

متطلبات الجدارة:

- تحتاج للتدرب على جميع المهارات في الوحدة التدريبية الرابعة قبل دراسة هذه الوحدة التدريبية.

طبيعة العمل الفندقي
The Nature of Hotel Work

تعتبر صناعة الفنادق ركناً أساسياً من أركان السياحة لما تقدمه من خدمات وظيفية في ميدان الاقتصاد الوطني ومورد من موارد الربح والحصول على العملات الأجنبية وأفضل طريقة للقضاء على البطالة في البلد، إذا توفرت بها الإدارة الجيدة التي تطبق الأسس العلمية والصحيحة للإدارة والتنظيم لهذا النوع من الصناعة في يومنا هذا.

تتميز صناعة الفنادق عن غيرها من الصناعات باعتمادها على عنصر العمل والكادر البشري، إذ أنها تعتبر من ضمن صناعة الخدمات وبالتالي فإن نجاح الفندق في تحقيق الأرباح وتوفير الخدمات للجمهور، يتوقف على الطاقات البشرية والفنية والإدارية التي تعمل به، فنجاح الفندق كمشروع اقتصادي واجتماعي يتوقف على الإدارة الجيدة في اختيار العاملين ومدى كفاءتهم للعمل في هذا المجال.

يتضح مما ذكرناه سابقاً أن نجاح الفندق كمشروع اقتصادي وكمؤسسة اجتماعية يتوقف على شهرة وسمعة الأفراد العاملين به، فإقبال الجمهور على الفندق يرجع إلى السمعة والشهرة التي اكتسبها الفندق من خلال تعامله مع الجمهور عن طريق الخدمات الجيدة التي يقدمها لهم وكما نعرف أن هذه الخدمات تعتبر من ضمن الإنتاج غير الملموس، فالنزلاء لا يترددون على مطعم الفندق إلا لعلمهم بأسلوب وطريقة معاملة العاملين في المطعم لهم ونوعية الخدمة التي يقدمها المطعم لهم وكفاءة الطباخين في المطعم.

نجد أن الفندق يكتسب شهرته من السمعة الحسنة للعاملين في أقسامه الأخرى فضخامة البناية وجودة الأثاث والمعدات ليست كافية لنجاح الفندق بل يجب أن يكون وراء ذلك كادر بشري إداري ومدرب تدريباً كافياً ويحسن حب واستقبال وخدمة زوار ونزلاء الفندق.

- **طبيعة العمل الفندقي The Nature of Hotel Work**

إذا أردنا الحصول على صورة واضحة لصناعة ملايين الدولارات والتي تقدم خدمة غير ملموسة فإن ذلك يتطلب درجة عالية من التصور ولكن مثل هذه الحالة يمكن وضعها ووصفها بدقة في العمل الفندقي، وفي الواقع تعتبر السلع التي يقدمها الفندق مثل الغرف والطعام والشراب تعتبر ملموسة ولكن العامل الرئيسي الذي يحدد انطباعات واتجاهات الضيف نحو الفندق هو عامل الخدمة وهو عامل غير ملموس.

تركز طبيعة العمل الفندقي بالدرجة الأولى على العنصر البشري وبالرغم من استخدام التكنولوجيا الحديثة والآلات والمعدات في كثير من الأقسام الفندقية ولكن يبقى الاعتماد الأول والأخير في خدمة الفنادق هو العنصر البشري إذ لا يمكن أن نستغني عن موظف قسم الاستقبال واستبداله بآلة إلكترونية تستقبل الضيوف، وكانت عدة محاولات مثل هذا القبيل قد جرت سابقاً ولكنها باءت بالفشل بعد فترة وجيزة من الزمن، ولكن هذا لا يمنع من استخدام التكنولوجيا وتقنيات الإنتاج الواسع في صناعة الفنادق ليمكن رجال الفنادق من إنجاز مهماتهم الروتينية بسهولة وبسرعة ولكن يبقى العنصر البشري هو العامل الرئيسي الذي يحدد مسار ونجاح صناعة الفنادق.

إيجابيات العمل الفندقي The Advantage of Hotel's Work

من الطبيعي أن أي فرد يفكر في العمل في وظيفة ما يتحتم عليه التفكير والمفاضلة بين إيجابيات وسلبيات العمل أو الوظيفة، وفيما يلي أهم مميزات العمل في قطاع الفنادق.

(١) تحت سقف الفندق هناك من خمسة إلى تسعة أقسام مستقلة ولكنها تعمل بصورة متناسقة ومترابطة وهذا تأكيد بأن العمل الفندقي متنوع ويتطلب درجة عالية من التحدي، وبهذا يتمكن الشخص الذي يعمل بالفندق من اكتساب ومعرفة أكثر من عمل واحد.

(٢) عامل آخر يتطلب تحدي أيضاً هو وجود العنصر البشري المتمثل بالضيف نفسه وبالطبع ليست كل أعمال الفندق تتعلق مباشرة بالضيف ولكن كثير منها يتطلب علاقة مباشرة به وتتطلب معرفة ودراية بالتعامل مع عامة الناس. قد يتطلب العمل الفندقي مقابلة وخدمة الأغنياء والفقراء والمشهورين والمثقفين والأميين.....الخ، وبالتالي فكل فرد يدخل الفندق يوفر الفرصة للعاملين في الفندق بزيادة معلوماتهم عن طبيعة البشر وما يتطلبه من تقديم الخدمة التي تعزز بها بقاء الضيف لمدة أطول في الفندق.

(٣) محيط العمل بالفندق هو محيط مبهج ومتغير وغير خاضع للروتين اليومي وأجواء العمل بالفندق تعتبر من أحسن الأجواء مقارنة مع الدوائر والشركات الأخرى من حيث الديكور والألوان والتدفئة والتبريد...الخ.

(٤) في صناعة الفنادق مسئولية العاملين ليست فقط أداء أعمالهم وإنما الحصول على رضى الضيوف من خلال موافقة واستحسان الضيوف أنفسهم، وهذا بدوره يوفر للعاملين فرصة جيدة للخروج من الروتين اليومي المزعج في التعامل مع البشر والوظيفة.

(٥) يعتبر العمل الفندقي عمل متميز تنعكس عليه بسرعة التغيرات التي تحدث في الاقتصاد المحلي والقومي والعالمي. إن العمل الفندقي يتأثر كثيراً بالتقنيات والأفكار وأساليب العمل الجديدة ولهذا فإنه يخضع للتغيير بشكل مستمر. أما الفندق الذي يبقى ساكناً أو مستقراً بدون تغيير فإنه في الحقيقة يعمل على تصفية أعماله تدريجياً.

- سلبيات العمل الفندقي The Disadvantages of Hotel's Work

(١) يجب التأكيد دائماً على ضرورة التعاون بين الأقسام الفندقية حيث أن أي خطأ قد يحدث من أحد العاملين أو خطأ في أحد الإدارات ينعكس سلباً على كل الفندق والعاملين به.

(٢) يجب التأكد دائماً على أهمية الحاجة إلى الاختيار الدقيق والعلمي للعاملين في الفنادق وكذلك استمرارية تدريبهم، ولهذا فإن مواصفات رجال الفنادق تختلف عن مواصفات الأعمال الأخرى من حيث الشكل واللياقة والتعليم والثقافة الروح المتفانية في خدمة وحب الناس.

(٣) يجب أن تكون لدى العاملين في الفنادق القابلية على التكيف السريع مع مختلف الحالات الغير متوقعة أو غير اعتيادية وكذلك القابلية على السيطرة على المشاعر والعواطف حيث أن التعرض للضغط الكبير قد يرغم عامل الفندق في التعبير عن رأيه في ذلك بصورة سيئة.

(٤) إن عمل الفندق مستمر لمدى أربعة وعشرين ساعة يومياً وسبعة أيام أسبوعياً وهذا يعني أن العاملين في هذه الصناعة مطالبين للعمل في كل الأوقات، ونرى أنه حين يكون الضيوف مرتاحين يتمتعون بعطلتهم نرى رجال الفنادق منهمكين في إنجاز أعمالهم.

- أهمية وضرورة التعاون بين أقسام الفندق Cooperation between Hotel Departments

التعاون بين الأقسام المختلفة في الفندق ضرورية جداً وخاصة إذا علمنا بأن أي خدمة تقدم إلى الضيف يساهم بها قسمين أو أكثر من أقسام الفندق.على سبيل المثال إن إيصال الضيف الوافد إلى الفندق من الصالة الرئيسية في قسم الاستقبال إلى غرفته المهيأة والنظيفة، ذلك يتطلب خدمة من المكاتب الأمامية وحاملي الحقائب وقسم التدبير الفندقي، وكذلك لو كانت الخدمة لضيف واحد بالمطعم أو لضيوف

لديهم لقاء أو اجتماع في إحدى قاعات الفندق فإن الجهود المشتركة لنجاح وتقديم الخدمة اللازمة لهم يتطلب التنسيق والعمل لعدة أقسام فندقية لغرض تقديم أفضل الخدمات وتحقيق وإشباع رغبات الضيوف.

الفشل في جانب معين في قسم من الأقسام أو من شخص معين في قسم من الأقسام يعني خدمة غير جيدة أو غير كافية وتسبب إرباك في العمل والنتيجة لن يتحقق الإشباع المرغوب به من قبل الضيف وهذه حالة تؤكد على ضرورة تعاون الأفراد والأقسام الفندقية فيما بينها أكثر حيث أن العنصر البشري ليس فقط من وجهة نظر المستهلك (الضيف) ولكن أيضاً من وجهة نظر المنتج (العاملين في الفندق) ولهذا نرى أنه لا توجد صناعة أخرى تؤكد على هذه الدرجة العالية من النضج وفهم العنصر البشري مثل صناعة الفنادق.

- **مؤهلات العمل الفندقي** Qualifications of the Hotel Work

تعتبر مؤهلات العمل في الفنادق مؤهلات خاصة تختلف عن مؤهلات العمل في الصناعات والمجالات الأخرى، وكما ذكرنا سابقاً أن العمل الفندقي هو عمل خدمات وأغلبه عمل مباشر مع مختلف طبقات وشرائح المجتمع ولهذا السبب فإن الشخص الذي يعمل في هذه الصناعة يجب أن يحمل مؤهلات خاصة تمكنه من أداء أعماله بصورة صحيحة وفي نفس الوقت تمكنه من التلاؤم والإبداع في العمل ومن أهم هذه المؤهلات:

(١) حب الناس والرغبة في خدمتهم من الأساسيات المطلوبة للنجاح في صناعة الفنادق.

(٢) يجب أن تكون لدى الشخص الذي يرغب في العمل في الفنادق قابلية التأقلم السريع مع مختلف شرائح المجتمع ومع مختلف الحالات المتوقعة وغير المتوقعة.

(٣) القابلية على السيطرة وضبط النفس والأعصاب في المواقف المحرجة أو عند التعرض إلى ضغط معين، لأنه يجب تطبيق هذه المقولة في الفنادق دائماً " الضيف دائماً على حق ".

(٤) إن الشخص الذي يتقدم في السلم الوظيفي يجب أن يبرهن إمكانياته القيادية والتي تجعل من زملاءه ومرءوسيه يتعاونون معه ويحترمونه، لأن المراكز العليا كما هو معروف تتطلب معرفة فنية وإدارية خاصة وإن السمعة الرئيسية والضرورية المطلوبة لهذا المستوى هي قابلية التعاون على جعل الآخرين يؤدون ما يطلب منهم بالصورة التي يطلبها الضيوف والوقت الذي يرغبون به.

(٥) الشخصية اللطيفة والابتسامة الدائمة واللياقة البدنية والملابس الأنيقة تعتبر من إحدى المؤهلات الضرورية للعمل في الفنادق.

(٦) الثقافة العامة ومعرفة كاملة بالبلد الذي يقع به الفندق بالإضافة إلى الشهادة الجامعية أو المتوسطة.

(٧) معرفة لغة أجنبية واحدة على الأقل وخاصة في الفنادق التجارية أو فنادق المطارات التي يرتادها الكثير من الأجانب.

- **العوامل التي تساعد على نجاح الفندق**

Factors Influencing the Success of a Hotel

هناك عدة عوامل تساعد على نجاح الفندق وزيادة نسب إشغاله وتساعد على تفضيل الجمهور له وتميزه عن الفنادق المنافسة، والحقيقة إننا لا نستطيع أن نضع تصنيفاً جامعاً لكل النوعيات من البشر والتي تقيم في الفنادق فهم خليط من سياح ورجال أعمال وطلاب وذوي طبقات ومستويات مختلفة.

أما لماذا يقيمون في الفنادق فهذا يرجع في الغالبية إلى أنهم يفضلون الفندق باعتباره يوفر لهم مختلف الخدمات ويشبع رغباتهم بحيث يستطيعون الاعتماد كلياً في معيشتهم على إمكانيات الفندق ومن أهم العوامل التي تساعد على نجاح الفندق وتفضيله على الفنادق الأخرى هي:

١ - السعر Price

كل فندق يضع قائمة أسعار بما يقدمه من طعام وشراب وخدمات أخرى حيث أن الفندق من المشاريع الاقتصادية ذات التكاليف الثابتة والعالية بمعنى أن سواء كانت نسبة إشغال الغرف ١٠٠ ٪ أو ١٠٪، فإن على الفندق تكاليف ثابتة يجب أن يدفعها ولا تنخفض بانخفاض عدد الضيوف.

يجب أن يؤخذ ذلك بنظر الاعتبار عند وضع الأسعار ويضاف إلى هذا أن الفندق لا يحصل بالضرورة على ما يعلنه من أسعار، وذلك لأن معظم الفنادق تمنح خصم معين بمقدار ٢٠٪ و أكثر للضيوف الدائمين ولوكالات السفر أو أي أشخاص تابعين للسفارات أو الدوائر الحكومية التي تتعامل مع الفندق.

كما أن قبول الفندق للضيوف باستخدام بطاقات الائتمان بدلاً من الدفع النقدي سوف يؤدي إلى تحمل الفندق لخسارة الفائدة التي كان سوف يحصل عليها نتيجة الدفع النقدي.

ولهذا نرى أن بعض الضيوف يفضلون فندق على آخر نتيجة انخفاض أسعاره عن أسعار الفندق المنافس أو نتيجة إعطائهم خصم معين قد لا يحصلون عليه في الفنادق الأخرى، فإن السعر في حالات كثيرة يلعب دور مهم في نجاح الفندق وزيادة نسب إشغاله.

٢ - الموقع Location

موقع الفندق لا يعني فقط مجرد إقامة الفندق في المكان المناسب، بل يعتمد أيضاً على طرق المواصلات المرتبطة به وإمكانية الوصول إلى الفندق بسهولة، وكذلك بالنسبة للفندق هل يسهل له مثل هذا الموقع الحصول على مشترياته اليومية من خضراوات طازجة ولحوم وأسماك وطيور وغيرها، وهل يجد الضيف في هذا الموقع ما كان يتوقعه فعلاً.

مثلاً كثير من الضيوف يفضلون الفنادق التي تكون في قلب المنطقة التجارية في المدن بحيث يستطيعون الشراء ومشاهدة المحلات والأماكن المهمة بدون استخدام أي واسطة نقل، وقد ذكرنا سابقاً بأن أغلب رجال الأعمال يفضلون الفنادق التجارية التي تقع في قلب المنطقة التجارية حتى تكون بالقرب من مراكز أعمالهم واجتماعاتهم، وكثير من المسافرين بالسيارات يفضلون الإقامة في الموتيلات القريبة من الطرق السريعة لأنها أقرب لهم، ونشاهد ن كثير من العوائل أو ذوي الدخول المحدودة يفضلون الإقامة في الموتيلات لأنها أرخص من الفنادق.

في حالة فنادق المطارات نرى كثير من رجال الأعمال يفضلون عقد اجتماعاتهم هناك أفضل لهم من دخول المدينة وضياع وقت كثير لذلك.

ولهذا نجد أن لموقع الفندق أهمية كبيرة بالنسبة لتفضيل الضيوف لفندق أو لآخر وبالتالي موقع الفندق الجيد وتوفر طرق المواصلات إليه يساعد على زيادة نسب إشغاله ونجاحه.

٣ - الإعلان Advertising

الإعلان ووسائله ضرورية في التأثير على اختيار الضيف لفندق معين وتفضيله عن الفنادق الأخرى، فالفندق يجب أن يعرض نفسه في السوق وإلى الجمهور أي يعرض موقع الفندق وطرق المواصلات للوصول إليه والخدمات التي يقدمها. الإعلان يأخذ أشكال وصور مختلفة كأن يكون في التليفزيون أو بالراديو أو على شكل نشرات أو لوحات إعلانية على الطرق السريعة أو إعلانات في الصحف والمجلات أو على شكل اتصال مباشر مع وكلاء السفر وإعطائهم عمولة معينة أو لشركات الطيران العالمية والمحلية أو المشاركة في المعارض السياحية ...الخ.

فالإعلان في وقتنا الحاضر مهم جداً وهو الوسيلة الوحيدة لتعريف الجمهور بالخدمات المقدمة بالفندق، والإعلان الصحيح هو الذي يصل إلى الجمهور بسرعة ويؤثر فيهم ويحفزهم على زيارة الفندق والتعرف على خدماته وخاصة في حالة المنافسة ووجود عدد كبير من الفنادق، فالمواطن العادي لا يعرف أن الفندق المعين يقدم أجود أنواع الأكلات أو يحتوي على مطعم صيني أو غرف واسعة أو يقدم شبكة فيديو داخلي مجاناً إلا من خلال الإعلان.

وعن طريق الإعلان بإحدى وسائله يستطيع الجمهور معرفة موقع الفندق وخدماته، ولهذا نرى أن كثير من الناس يلجئون إلى فندق معين إذا تأثروا وآمنوا بنوعية الإعلان الذي يقدمه الفندق، ولهذا نرى أن كثير من الضيوف يفضلون فندق معين لأنهم تأثروا بالإعلان الذي يوجهه الفندق، ولا عجب أن نرى أن نسبة كبيرة من رؤوس الأموال في الفنادق الأمريكية تنفق على الإعلان والترويج لغرض تعريف الجمهور بالفندق وخدماته.

٤ - الأغذية والمشروبات Food and Beverage

كثير من الضيوف يفضلون الإقامة في فندق ما لأن أطعمته ومشروباته أفضل وأحسن من بقية الفنادق. أو لأن الفندق يقدم وجبة طعام لذيذة، أو الفندق يحتوي على مطاعم متخصصة مثل المطعم الصيني أو الفرنسي أو الياباني أو الإيطالي...الخ، ولا عجب أن نرى في الوقت الحاضر أن كثير من الفنادق أخذت تدخل المطاعم المتخصصة في أبنيتها.

نلاحظ كثير من الضيوف يفضلون فندق معين على آخر لأنه يقدم أشهى المأكولات أو يحتوي على مطاعم متخصصة يفضلها الضيوف وهذا بدوره يساعد على زيادة إيرادات الفندق وزيادة نسب إشغاله وبالتالي نجاح الفندق.

٥ - الديكور Decor

تتميز بعض الفنادق بالديكور الجذاب وتنفق أموال طائلة على ترتيب ديكور الفندق لتجعله علامة مميزة أو مكان مميز عن غيره، فنجد أن كثير من الضيوف يأتون إلى الفندق للتمتع بالديكور أو بشعورهم أن الفندق ذو الديكور المميز بالتأكيد تكون خدماته وإدارته مميزة عن البقية، ولهذا يعتبر الديكور من العوامل التي تساعد على نجاح الفندق أيضاً. الديكور الخارجي المميز النظيف يعطي شعور معين لدى الضيوف بأن غرف الفندق وقاعاته نظيفة، أيضاً فإن عامل الشعور بالنظافة قد يأتي أيضاً من الديكور الخارجي والداخلي للفندق.

سلسلة فنادق الهيات الأمريكية متميزة في ديكوراتها فإن أي ضيف يقيم في إحدى فنادق هذه السلسلة يستطيع أن يميز فندق تابع للسلسلة من الديكور الخارجي أو الداخلي للفندق. إن هذه السلسلة تنفق مبالغ طائلة على ديكور فنادقها الخارجية والداخلية وأصبحت فنادقها في الولايات المتحدة الأمريكية وخارجها علامة مميزة من الديكور البديع والذوق الرفيع فنلاحظ أن كثير من الناس يأتون إلى الفندق لمشاهدة ديكور الفندق وخاصة الصالة الرئيسية لهذه الفنادق، ونلاحظ أنه في أغلب فنادق هذه السلسلة ضيوف يلتقطون الصور التذكارية أو يتواجدون في الصالة الرئيسية لهذه الفنادق للتمتع بالمناظر الجميلة.

٦ - الخدمات التي يقدمها الفندق Services

تعتبر الخدمات التي يقدمها الفندق مهمة جداً لنجاحه، فتوجد بعض الفنادق العالمية وخاصة فنادق السلاسل تقدم خدمات متكاملة أي تقدم كل الخدمات الفندقية الممكنة.

نلاحظ أن هناك بعض الفنادق تقدم خدمات متكاملة للضيوف بحيث أن المقيمين في الفندق لا يحتاجون لأي خدمة خارجية، كل الخدمات التي يطلبونها يستطيعون الحصول عليها داخل الفندق وحتى الخدمات الشخصية الخاصة. كثير من رجال الأعمال يفضلون هذا النوع من الفنادق التي تقدم لهم كافة الخدمات الممكنة لأنها توفر لهم الوقت والجهد.

ومثال هذه الخدمات: خدمات البريد، البرق، الفاكس، السكرتارية، الترجمة، الحاسب الآلي، قاعات الاجتماعات، قاعات للمؤتمرات، خدمات شخصية داخل الغرف، نظام فيديو داخلي، النادي الصحي وحمامات السونا، ملاعب، خدمات ترفيهية، حمامات سباحة، تليفونات خارجية، بنوك، مكاتب تأجير سيارات، مكتب سياحي، مكتب استعلامات، شركات طيران، مطاعم متنوعة، محلات تجارية، ....الخ.

كل هذه الخدمات تساعد على نجاح الفندق وتفضيله عن غيره من قبل بعض الضيوف.

٧ - المقابلة اللطيفة من قبل موظفي الفندق

تعتبر المقابلة اللطيفة من قبل بواب الفندق في استقبال الضيوف والترحيب بهم والابتسامة اللطيفة المرسومة على وجهه من أهم العوامل التي ترغب الضيوف بالفندق وكذلك المقابلة اللطيفة من قبل موظفي الاستقبال والحجز والاستعلامات للضيوف والتفاني في خدمتهم واحترامهم.

المعاملة اللطيفة التي يحظى بها الضيوف في مطاعم الفندق من قبل القائمين بالخدمة لها دور كبير في زيادة نسب الإشغال الفندقي وبالتالي نجاح الفندق.

وبصورة عامة كل هذه الأمور تعتمد على مدى كفاءة العاملين في الفندق ومستوى تدريبهم ومدى كفاءة الإدارة الفندقية وقوة وذكاء مدير الفندق. المقابلة اللطيفة من قبل موظفي الفندق وتفانيهم في خدمة الضيوف والرغبة في إشباع رغباتهم والاستقبال الحسن لهم من أهم العوامل التي تساعد على نجاح الفندق.

ولا عجب أن نرى كثير من الضيوف يفضلون فندق على آخر مع تساوي كل الخدمات والأسعار وجودة الأطعمة والمشروبات....الخ مع الفنادق المنافسة لأن بواب الفندق عندما يفتح الباب لهم يرسم ابتسامة على وجهه ويرحب بهم كأنهم في منزلهم وكذلك موظفي المكاتب الأمامية وعمال الخدمة. كل هذه العوامل تعتبر مهمة جداً لنجاح الفندق ولكن يبقى السبب الرئيسي لتفضيل فندق على آخر غير معروف، وقد قامت إحدى مراكز البحوث المتخصصة في الإدارة الفندقية في الولايات المتحدة الأمريكية بإجراء استبيان عن سبب اختيار الشخص لفندق معين لأول مرة وسبب عودته لنفس الفندق الذي أقام فيه وارتاح به فكانت الأجوبة كما يلي:

سؤال: ما هو أهم شئ في اختيارك للإقامة في فندق / موتيل للمرة الأولى؟		
سبب الاختيار	مجموع المسافرين	المسافرين الدائمين
الموقع / الملائمة	٥٦٪	٦٣٪
المظهر الخارجي	٥٠٪	٤٨٪
السعر/ السعر المعقول	٤٦٪	٤٢٪
الخدمات: طعام جيد، شراب، الإقامة	٢٣٪	٢٩٪
الشهرة/كلام الأصدقاء	٢٢٪	٢٥٪
خدمات التسلية والترفيه	١٠٪	٨٪
خدمات جيدة	٩٪	٨٪

سؤال: ما هو أهم شئ يؤثر على قرارك للعودة إلى نفس الفندق/الموتيل؟		
سبب الاختيار	مجموع المسافرين	المسافرين الدائمين
النظافة/المظهر الخارجي	٦٣٪	٦٣٪
الخدمات الجيدة	٤٢٪	٤٥٪

الخدمات الأخرى	٣٥٪	٤١٪
الموقع/الملائمة	٣٢٪	٣٨٪
السعر/ السعر المعقول	٣٩٪	٣٥٪
الهدوء/الاستقلالية	٩٪	٨٪

- العلاقة التعاقدية بين الفندق والضيف

العقد هو شريعة المتعاقدين، والعقد هو اتفاق بين طرفين أو أكثر (شرط أن يكون هذا الاتفاق حول عمل مشروع)، لذا فإن كل عقد يعتبر اتفاقا بينما لا يعتبر كل اتفاق عقداً، فالعقد يقوم أساساً على الإيجاب والقبول، والإيجاب هو عرض أحد الأطراف والقبول هو استجابة الطرف الآخر.

وفي حالة العلاقة بين الفندق والضيف فإن التعاقد قد يكون شفوياً ومع ذلك تصبح له القوة القانونية، إلا أنه من المفضل أن يتم هذا التعاقد كتابة تفادياً لأية مشكلات مستقبلاً، فالضيف يستطيع إجراء الحجز تليفونياً إلا أن التعاقد لا يأخذ الشكل القانوني إلا من خلال الخطوتين التاليتين:

(١) عرض الفندق لأماكن الإقامة وأسعارها.

(٢) قبول الضيف (غير المشروط) لهذا العرض خلال فترة زمنية مناسبة.

الاستفسار عن أماكن الإقامة المتاحة وأسعارها لا يعتبر تعاقداً، إلا أن هذا التعاقد يتم قانونياً عندما يرسل الضيف قبوله لهذا العرض كأن يدفع بعض التأمينات، فإذا ما قام الفندق بتأجير هذه الغرفة إلى ضيف آخر ولم يستطع الفندق تدبير إقامة للضيف الذي حجز ودفع التأمين أصبح من حق الضيف الأول مقاضاة الفندق لما سببه له من متاعب.

التزامات الفندق

هناك عدد من الالتزامات يجب على إدارة الفندق مراعاتها تحقيقاً لصحة العلاقة التعاقدية بين الفندق والضيف، والعلاقة التعاقدية لا تصبح قانوناً إلا بين ذوي الأهلية ولهذا فإن الفندق لا يستطيع استقبال من هم دون سن الرشد إلا بمصاحبة أسرهم أو بصحبة مشرفين كما في حالة الرحلات المدرسية. يتعين على الفندق مطالبة الضيف بما يثبت شخصيته قبل إعطائه الغرفة.

كما أن على إدارة الفندق أن تتيقن من أن الضيف يستخدم الغرفة للأغراض المخصصة لها، ولا يسئ هذا الضيف استخدامها لأغراض مخالفة للقانون.

والفندق عندما يستقبل الضيف يقوم بتسكينه في غرفته وعليه الالتزام بأن تكون هذه الغرفة مجهزة كما سبق وأعلن عنها، فإذا ما أعلن الفندق عن أجهزة تكييف وتليفون خاص داخل الغرفة فإنه يجب عليه أن يحرص فعلاً على توافرها في الغرف وإلا أصبح من حق الضيف مقاضاة الفندق.

الضيف عندما يسكن الغرفة يجب أن يحرص على أن تظل هذه الغرفة بكامل تجهيزاتها وأثاثها كما كانت عليه سابقاً.

إن سلامة الضيف هي مسئولية الفندق ويجب أن يحرص الفندق على تجنب ما يصيب سلامة الضيف، فالماسورة التي ترفع الستائر يجب أن تثبت بصورة كاملة وإذا سحب الضيف الستارة وسقطت الماسورة عليه فيجب على الفندق أن يعوضه، والفندق مسئول مسئولية كاملة عن سلامة الضيف ونفس الحالة تنطبق على التوصيلات الكهربائية أو أي عطل في داخل الغرف أو داخل الأماكن العامة بالفندق.

يلتزم الفندق في المحافظة على أمتعة الضيوف الشخصية وتوفير خزانات خاصة بحفظ الأموال والأشياء القيمة الخاصة بالنزيل. إن أي تسمم يحدث للضيف أثناء تناوله الطعام في داخل مطاعم الفندق أيضاً يقع ضمن مسئولية الفندق.

يضاف إلى هذا أن هناك عدداً من الحالات التي يتعرض لها الضيف أثناء إقامته بالفندق والتي تستلزم من إدارة الفندق القيام بعدد من الإجراءات القانونية، ومن هذه الحالات ما يلي:

١ - حالة المواليد:

إذا ما ولدت إحدى السيدات في الفندق، فالفندق ملزم قانونياً بتبليغ الجهات المختصة عن هذه الحالة فوراً.

٢ - حالات المرض الوبائي أو المعدي:

يلتزم الفندق بالحيلولة دون اختلاط المريض بغيره من الضيوف مع تعقيم جميع مفروشاته وعزلها، كما يجب إبلاغ الجهات المختصة بذلك.

٣ - حالات الإصابة:

قد تكون قضاء وقدر مثل تعثر الضيف على السلم وإصابته ببعض الكسور أو تعرضه للاعتداء من قبل الغير أو نتيجة اندلاع الحريق أو انفجار قنبلة، هذه الحالات يجب تسجيلها في سجل خاص بالفندق وأيضاً يجب إبلاغ الجهات المختصة عنها فوراً.

٤ - **حالات الوفاة:**

سواء كانت طبيعية أم جنائية فيجب تبليغ الشرطة فوراً و على الفندق أن يقدم تقريراً وافياً يسجل فيه كافة التفاصيل والتي قد تكون عوناً للشرطة وخاصة في حالات الوفاة الجنائية. القواعد والتعليمات الصادرة من الجمعية الدولية للفنادق IHA تحكم وتنظم العلاقة بين أصحاب ومديرين الفنادق وبين النزلاء أو الضيوف.

- **الجمعية الدولية للفنادق** International Hotel Association

هي منظمة فندقية ذات صفة دولية خاصة وهي ليست منبثقة من هيئة الأمم المتحدة ومقرها الدائم في باريس، وتضم في عضويتها معظم الفنادق بالعالم وتعقد اتفاقيات جماعية مع الاتحاد الدولي لشركات السياحة وذلك لتنظيم العلاقة بين شركات السياحة والفنادق، وهي منظمة دولية مهنية تهدف إلى تسهيل الاتصالات وتبادل الأفكار بين الفنادق والمطاعم والمؤسسات الفندقية في مختلف دول العالم لغرض دراسة أوضاع مهنة الفندقة عموماً والعمل على حل المشاكل التي تواجهها، هذا بالإضافة إلى قيامها بالدراسات والبحوث في مختلف نواحي الفندقة.

القواعد والتعليمات الصادرة من الجمعية الدولية للفنادق في مجال تنظيم العلاقة بين أصحاب ومديري الفنادق والنزلاء تتضمن النقاط التالية:

١ - **السماح بدخول الفندق:**

يتم التعاقد مع النزيل بمجرد موافقة إدارة الفندق على حجز المكان الذي طلبه ويكون النزيل خاضع إلى ما يلي: قانون الدولة التي يقع بها الفندق.

- النظم العادية التي يعمل بها الفندق.
- النظم الدولية للفنادق.

٢ - **حقوق النزيل:**

يحق للنزيل بالفندق أن يشغل المكان المحجوز له ويستمتع به طوال فترة الإقامة المتفق عليها، كما يحق له الاستفادة من الخدمات العادية بالفندق بما في ذلك استخدام الغرف والأماكن العامة بالفندق.

٣ - **واجبات النزيل:**

- أن يكون الحجز له وللأشخاص المذكورين عند إتمام الحجز.
- لا يسمح للنزلاء بأن يقوموا بالطهي في الغرف إلا إذا كان يوجد تسهيلات مطبخية في الغرف.
- يكون النزيل مسؤول عن خسارة أو أي تلف لأي شئ في الفندق بسببه أو بسبب ضيوفه.

- لا يسمح للنزلاء بإحضار حيوانات إلى الفندق دون موافقة مسبقة من الفندق.
- تحتفظ إدارة الفندق بحقها في وقف أو خفض أي ضوضاء يحدثها النزلاء والتي تسبب إزعاجاً ومضايقة للنزلاء الآخرين.
- يحق لإدارة الفندق إنهاء العقود فوراً مع النزيل في حالة الخروج عن السلوك اللائق.

٤ - إنهاء العقد:

- إذا أخل النزيل عن أي شرط متفق عليه مع إدارة الفندق.
- في حالة ارتكاب جنحة أو انتهاك السلوك اللائق.
- إصابة النزيل بمرض معدي يتسبب عنه خسائر على عائد الفندق.

٥ - المسئولية عن حاجات النزيل وممتلكاته:

إدارة الفندق تكون غير مسئولة عن فقدان أموال ومجوهرات أو أشياء قيمة من داخل غرف الفندق إلا إذا تم إيداعها في صناديق الأمانات الموجودة بالفندق، وتكون إدارة الفندق متهمة بالإهمال في حالة فشلها في اتخاذ الرعاية الكامنة للمحافظة على تلك الممتلكات.

٦ - دفع الحساب:

تكون الفواتير مستحقة الدفع عند تقديمها وتسدد القيمة بالعملة المحلية أو بالعملة الأجنبية بسعر الصرف السائد في ذلك اليوم وحسب قوانين البلد، وتقبل الشيكات على البنوك حسب قناعة إدارة الفندق إذا كان هناك ضمانة كافية وكذلك قد لا تقبل بطاقات الائتمان إلا إذا كانت نافذة المفعول وحسب تعليمات وقناعة الفندق.

٧ - الحجز عند عدم دفع الحساب:

لإدارة الفندق الحق في احتجاز أمتعة النزيل وممتلكاته إذا لم يسدد الفاتورة وربما تطلب إدارة الفندق من النزيل مغادرة الفندق فوراً مع ترك أمتعته وملابسه أو أي شئ آخر في حيازة الفندق وتطبق في هذه الحالة القوانين المحلية المعمول بها.

٨ - الإكراميات مقابل الخدمات:

يجب إخطار النزلاء بالتعليمات المعمول بها ونسب الخدمات والضرائب التي يجب على النزيل دفعها ويجب أن تكون هذه التعليمات واضحة وصريحة وموجودة في المكاتب الأمامية أو في الغرف.

- **بعض الأعراف الفندقية:**

هذه القوانين تطبق في بعض الفنادق وتختلف من دولة إلى دولة أخرى وحسب قوانين البلد وقد تكون بعضها قوانين داخلية من قبل إدارة الفندق نفسها ، وهذه القوانين هي: عدم قبول ضيف بدون حقائب ملابس. عدم قبول أي ضيف في فنادق خمس نجوم يحمل حقائب ملابس قديمة أو ممزقة. عدم قبول أشخاص مطاردين من قبل الشرطة.

١ - عدم قبول بعض الأشخاص المزعجين سياسياً.
٢ - في بعض الدول العربية عدم قبول النساء في الفنادق إلا إذا كان معهم محرم.
٣ - طلب عقد الزواج إذا كانت بصحبة الرجل امرأة.
٤ - عدم قبول أي شخص لا يحمل هوية تعريف إلا إذا كان معروفاً من قبل إدارة الفندق.
٥ - عدم قبول أي شخص به مرض معدي.
٦ - في بعض الفنادق يرفض استقبال المنحرفين أخلاقياً.

- أهم المصطلحات الفندقية المستخدمة في المكاتب الأمامية:

ACCOUNT	حساب
ACCOUNT AGING	تصنيف الحسابات تحت التحصيل زمنياً
ACCOUNT BALANCE	رصيد الحساب
ACCOUNT POSTING MACHINE	ماكينات ترحيل القيود
ACCOUNT RECIEVABLE	حسابات تحت التحصيل
ACCOUNT RECIEVABLE VOUCHER	فاتورة حساب تحت التحصيل
ACCOUNT PAYABLE SOFTWARE	برنامج كمبيوتر للحسابات المستحقة
ACCOUNT RECIEVABLE LEDGER	دفتر أستاذ حسابات تحت التحصيل
ACCOUNTS RECIEVABLE SOFTWARE	برنامج كمبيوتر حسابات تحت التحصيل
ADJACENT ROOMS	غرف متقابلة في نفس ممر الغرف
ADJOINING ROOMS	غرف متجاورة جنباً لجنب وغير متصلة

ADVANCE DEPOSIT GUARANTEED RESERVATIONS	حجز مضمون بمقدم الدفع
AIRPORT HOTEL	فندق يقع بجانب المطار
AMERICAN PLAN (AP)	الخطة الأمريكية لأسعار الغرف
ARRIVAL DATE	تاريخ الوصول
AUDITING	المراجعة المحاسبية
AUTHORIZATION CODE	رقم الموافقة الإلكترونية على صلاحية الدفع ببطاقة الائتمان
AVAILABILITY REPORT	تقرير عن توافر الغرف
AVERAGE DAILY RATE	متوسط سعر الغرفة اليومي
AVERAGE RATE PER GUEST	متوسط سعر الغرفة لكل عميل
BACK OF THE HOUSE	الأقسام الخلفية ليس لها احتكاك مباشر مع النزلاء
BACK OFFICE APPLICATION MODULES	برامج الحاسب الآلي للمكاتب الخلفية
BED AND BREAKFAST (B&B)	سرير + إفطار
BLOCK	مجموعة غرف مخصصة للمجموعات السياحية
BOOK	يحجز مقدما
BUCKET CHECK	تقرير حالات وأسعار الغرف للمراجعة
CALL ACCOUNTING SYSTEM	نظام تسعير المكالمات التليفونية
CANCELLATION	إلغاء
CANCELLATION HOUR	وقت ساعة الإلغاء
CANCELLATION NUMBER	رقم الإلغاء
CASH ADVANCE VOUCHER	فاتورة الدفع النقدي مقدماً
CASH BANK	صندوق النقد
CASH VOUCHER	فاتورة الدفع بالنقد

CENTRAL RESERVATION SYSTEM	نظام الحجز المركزي
CENTRALIZED ELECTRONIC LOCKING SYSTEM	نظام الإغلاق بالمفاتيح الإلكترونية
CHAIN HOTEL	سلسلة فنادق
CHARGE VOUCHER	فاتورة لقيود الشراء الأجل
CHECK-OUT	المغادرة
CHECK-OUT TIME	وقت المغادرة
CITY LEDGER	حسابات التحويل على الشركات
COMMERCIAL HOTEL	فندق
COMMERCIAL RATE	سعر الغرف الخاص بالشركات
COMPLIMENTARY	مجاني
COMPRESSED WORK SCHEDULE	جداول العمل المضغوطة
CONCIERGE	خدمة الاستعلامات
CONFERNECE CENTER	مركز مؤتمرات
CONFIRMATION LETTER	خطاب تأكيد الحجز
CONFIRMATION NUMBER	رقم تأكيد الحجز
CONNECTING ROOMS	غرف متصلة بباب جانبي بينهما
CONTINENTAL BREAKFAST	إفطار عالمي (خبز+زبدة+مربي+عصير+شاي أو قهوة)
CONTRIBUTION MARGIN	هامش الربح
CORPORATE GUARANTEED RESERVATION	حجز مضمون باسم شركة
CORPORATE RATE	أسعار الشركات
CORRECTION VOUCHER	فاتورة تصحيح قيد محاسبي
COST PER OCCUPIED ROOM	التكلفة لكل غرفة مشغولة
CREDIT (CR)	دائن
CREDIT CARD GURANTEED RESERVATION	حجز مضمون ببطاقة الائتمان

CREDIT CARD SETTLEMENT SYSTEM	نظام تسوية الحساب ببطاقة الائتمان
CREDIT CARD VOUCHER	فاتورة لتسجيل معاملة ببطاقة الائتمان
CROSS-TRAINING	تدريب لموظف من قسم معين في قسم أخر
CURRENT AACCOUNT	حساب جاري
CUT-OFF DATE	أخر تاريخ كفترة سماح لسريان الحجز
DAILY OPERATIONS REPORT	تقرير العمليات اليومية
DAY SHIFT	الوردية الصباحية
DAY UES RATE	سعر استعمال الغرفة لنهار واحد
DEBIT (DR)	مدين
DISPLACEMENT	تحويل الحجز لفندق أخر لعدم وجود غرف شاغرة
DNCO (DID NOT CHECK OUT)	غرفة لم تغادر
DOUBLE	مزدوجة
DOUBLE OCCUPANCY RATIO	معادلة الأشغال المزدوج
EARLY ARRIVAL	وصول مبكر
ECONOMY/LIMITED SERVICE	خدمة محدودة واقتصادية
ELECTRONIC LOCKING SYSTEM	نظام المفاتيح الإلكترونية
EMERGENCY KEY	مفتاح الطوارئ
EMPLOYEE FOLIO	فاتورة الموظف
END OF DAY	نهاية اليوم محاسبياً
EUROPEAN PLAN	الخطة الأوروبية لأسعار الغرف
EVENING SHIFT	الوردية المسائية
EXECUTIVE FLOOR	طوابق رجال الأعمال
EXPECTED ARRIVAL LIST	كشف الوصول المتوقع
EXPECTED DEPARTURE LIST	كشف المغادرة المتوقعة

EXPRESS CHECK OUT	مغادرة سريعة
FAMILY RATE	سعر للعائلات
FIXED COSTS	تكاليف ثابتة
FLEXTIME	جداول العمل المرنة
FOLIO	فاتورة
FOLIO TRAY	درج للفواتير
FORECASTING	توقع
FREE INDEPENDENT TRAVELER (FIT)	سائح فردي
FRONT DESK	قسم الاستقبال
FRONT DESK AGENT	موظف الاستقبال
FRONT OF THE HOUSE	الأقسام الأمامية لها احتكاك مباشر مع العملاء
FRONT OFFICE	المكاتب الأمامية
FRONT OFFICE CASH SHEET	كشف المعاملات النقدية
FRONT OFFICE LEDGER	دفتر أستاذ حسابات المكاتب الأمامية
FULL HOUSE	الفندق مملتئ
FULLY AUTOMATED	العمليات الآلية
GENERAL MANAGEMENT SOFTWARE	برامج الإدارة العامة
GLOBAL DISTRIBUTION SYSTEM (GDS)	نظم الحجز العالمية
GOAL	هدف
GOVERNMENT RATE	سعر الغرف لموظفي الحكومة
GROUP RATE	سعر الغرف للمجموعات
GURANTEED RESERVATION	حجز مضمون
GUEST ACCOUNT	حساب العميل

GUEST ACCOUNTING MANAGEMENT SOFTWARE	برامج محاسبية لحسابات العملاء
GUEST CYCLE	دورة خدمة النزيل
GUEST FOLIO	فاتورة العميل
GUEST HISTORY FILE	ملف تاريخ النزلاء السابقين
GUEST LEDGER	دفتر أستاذ حسابات العملاء
GUEST SERVICE REPRESENTATIVE	موظف خدمة العملاء
GUESTROOM KEY	مفتاح غرفة العميل
HANDICAPP ROOM	غرف خاصة للمعوقين
HIGH BALANCE ACCOUNT	حساب ذو رصيد عالي
HIGH BALANCE REPORT	تقرير الحسابات ذات الأرصدة العالية
HOTEL	فندق
HOUSE ACCOUNT	حساب خاص بالفندق
HOUSE COUNT	عدد الغرف في الفندق
HOUSE LIMIT	الحد الأقصى لأرصدة الحسابات المسموح به
HOUSE USE	استعمال الغرف لغرض خاص بالفندق
HOUSEKEEPING STATUS	حالة الغرف
HUBBART FORMULA	نظام هوبرت لتحديد أسعار الغرف
HURDLE RATE	أدنى حد ممكن للأسعار يمنح للنزلاء
INCENTIVE PROGRAM	برنامج سياحة الحوافز
INCENTIVE RATE	أسعار برنامج سياحة الحوافز
INCENTIVE TRAVEL	سياحة الحوافز
INDEPENDENT HOTEL	فندق مستقل
INFORMATION DIRECTORY	دليل استعلامات الفندق
INTERFACE APPLICATIONS	البرامج المرتبطة ببرنامج الحاسب الآلي للمكاتب الأمامية

INTERVIEW EVALUATION FORM	نموذج تقييم المقابلة الشخصية
JOB BREAKDOWN	التفصيل الوظيفي للمهام
JOB DESCRIPTION	التوصيف الوظيفي
JOB LIST	المهام الوظيفية
JOB SPECIFICATION	الشروط الوظيفية
JUNIOR SUITE	جناح صغير
KEY RACK	الأرفف الخاصة بالمفاتيح
KING BED	سرير ملكي كبير
LATE ARRIVAL	وصول متأخر
LATE CHARGE	قيود متأخرة
LATE CHECK-OUT	مغادرة متأخرة
LATE CHECK-OUT FEE	مصاريف المغادرة المتأخرة
LOG BOOK	سجل عمليات المكاتب الأمامية
MAGNETIC STRIP READER	قارئ بطاقة الائتمان المغناطيسي
MAIL,MESSAGE,AND KEY RACK	أرفف المفاتيح والرسائل والبريد
MANAGEMENT CONTRACT	عقد إدارة فندق
MARKET SEGMENTATION	تقسيم السوق لشرائح
MASTER FOLIO	الفاتورة الرئيسية لمجموعة غرف
MASTER KEY	المفتاح الرئيسي
MID-RANGE SERVICE	خدمة متوسطة المستوى
MINIMUM LENGTH OF STAY	الحد الأدنى للإقامة
MINI-SUITE	جناح فندقي صغير
MISCELLANEOUS CHARGE ORDER	كوبونات دفع سياحية
MISSION STATEMENT	الرسالة التسويقية للفندق
MODIFIED AMERICAN PLAN (MAP)	الخطة الأمريكية المعدلة لأسعار الغرف
MOTEL	موتيل

MOTIVATION	رفع الروح المعنوية
MULTIPLE OCCUPANCY PERCENTAGE	نسبة الأشغال للغرف غير المفردة
MULTIPLE OCCUPANCY RATIO	معادلة نسبة الأشغال للغرف غير المفردة
NIGHT AUDIT	المراجعة الليلية
NIGHT AUDITOR	المراجع الليلي
NIGHT SHIFT	الوردية الليلية
NON-GURANTEED RESERVATION	الحجز غير المضمون
NO-SHOW	إلغاء الحجز لعدم حضور العميل
OCCUPANCY PERCENTAGE	النسبة المئوية للأشغال
OCCUPANCY RATIO	معادلة نسبة الأشغال
OCCUPANCY REPORT	تقرير إشغال الغرف
OCCUPIED	مشغولة
ON-CHANGE	غرفة تحت التغيير
OPERATING RATIOS	معادلات العمليات التشغيلية
ORGANIZATION CHART	الهيكل التنظيمي
ORIENTATION	برنامج توجيه الموظفين الجدد
OUT-OF-ORDER	غرفة خارج أمر التشغيل
OVERBOOKING	حجز فوق المتاح
PACKAGE PLAN RATE	سعر الغرف ضمن لعروض خدمات بتخفيضات
PAID-OUT	تسليف نقدي للنزيل
PERFORMANCE APPRAISAL	تقييم الأداء
PERFORMANCE STANDARD	مواصفات الأداء الوظيفي
PIA (PAID-IN-ADVANCE) LIST	كشف لحسابات العملاء المدفوعة مقدماً كلياً أو جزئياً

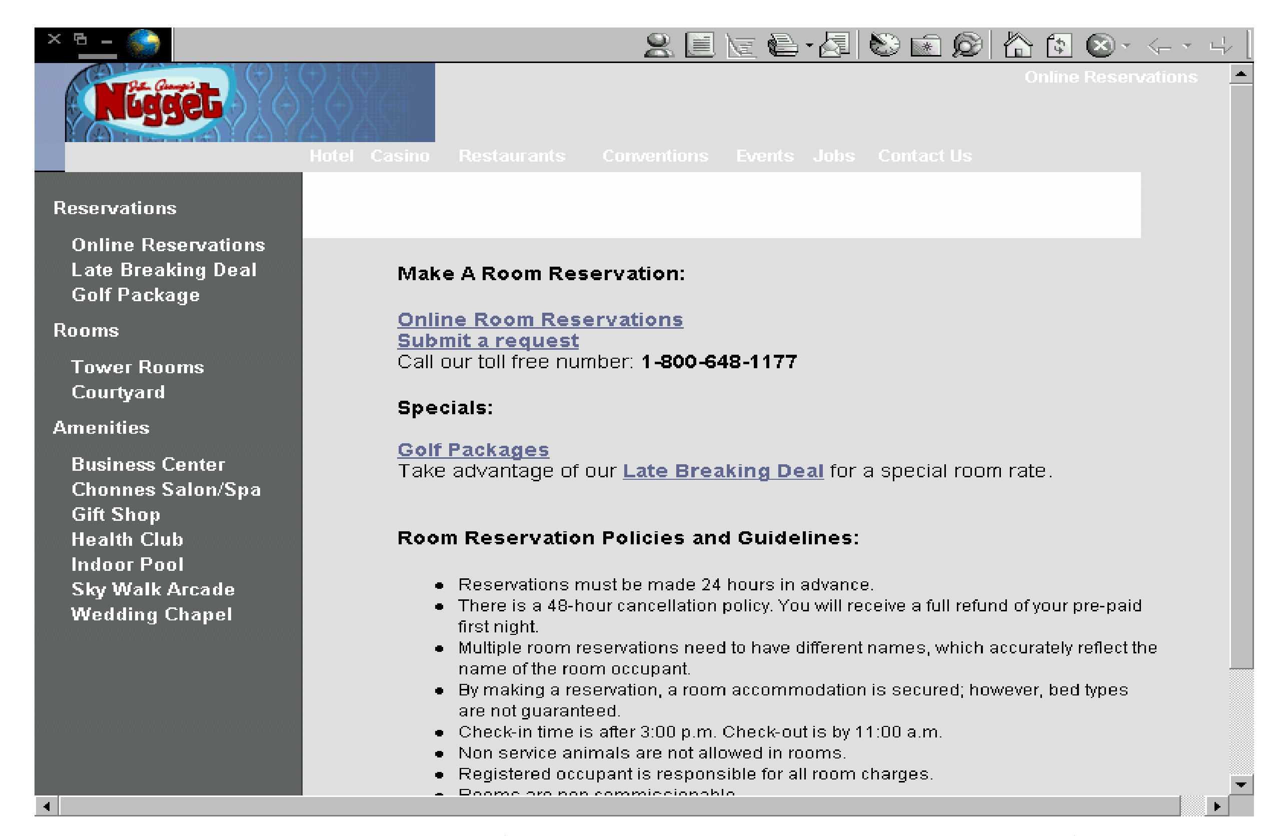
POINT OF SALE	مراكز الإيراد كالمطعم
POSTING	ترحيل القيود
PREPAYEMENT GUARANTEED RESERVATION	الحجز المضمون بالدفع مقدماً
PRIVATE BRANCH EXCHANGE (PBX)	التحكم الإلكتروني لقسم التليفونات
PROMOTIONAL RATE	سعر الغرف في البرامج الترويجية
PROPERTY DIRECT	البيع المباشر للغرف من الفندق دون وسيط
PROPERTY MANAGEMENT SYSTEM	برامج الحاسب الآلي للمنشأة
QUAD	غرفة رباعية
QUALITY ASSURANCE	نظام تأكيد الجودة
QUEEN	غرفة ملكية
QUEEN BED	سرير ملكي صغير
RACK RATE	السعر الكامل للغرفة دون تخفيض
REASONABLE ACCOMMODATION	إقامة بسعر معقول
RECRUITMENT	تعيين الموظفين
REGISTRATION	عملية التسكين
REGISTRATION CARD	بطاقة عملية التسكين
RESERVATION	حجز
RESERVATION CONFIRMATION	تأكيد الحجز
RESERVATION FILE	ملف الحجز
RESERVATIONS CONTROL BOOK	سجل إدارة الحجوزات
RESERVATIONS HISTORY	تاريخ الحجوزات السابقة
RESORT HOTEL	المنتجعات
REVENUE CENTER	مراكز الإيراد كالمطاعم
REVENUE FORECAST REPORT	تقرير توقعات الإيراد

ROOM ASSIGNMENT	تخصيص الغرف
ROOM NIGHT	ليلة فندقية
ROOM RATE	سعر الغرفة
ROOM STATUS REPORT	تقرير حالات الغرف
ROOM VARIANCE REPORT	تقرير اختلاف حالات الغرف بين الإشراف الداخلي والمكاتب الأمامية
ROOMS DIVISION	قطاع الغرف
ROOMS LEDGER	دفتر أستاذ حسابات الغرف
SELF-REGISTRATION/CHECK-OUT TERMINAL	ماكينات التسكين المغادرة الآلية
SETTLEMENT	تسوية الحساب
SINGLE ROOM	غرفة مفردة
SPLIT FOLIO	فاتورة حسابات منفصلة من حساب رئيسي
STRATEGY	استراتيجية
SUITE	جناح فندقي
SUITE HOTEL	فندق أجنحة فندقية
SYSTEM UPDATE	تحديث برنامج الحاسب الآلي محاسبياً
TARGET MARKETS	الأسواق المستهدفة
TIME-SHARE HOTEL	فنادق المشاركة الزمنية
TOUR GROUP	مجموعة سياحية
TRANSACTION	قيد
TRAVEL AGENCY VOUCHER	كوبون شركة سياحة
TRAVEL AGENT GUARANTEED RESERVATION	حجز مضمون بواسطة شركة سياحية
TRAVELER'S CHECK	شيك سياحي
TRIAL BALANCE	ميزان المراجعة

TRIPLE	غرفة ثلاثية
TURNAWAY REPORT	تقرير تحويل الحجوزات لفندق أخر لعدم توافر غرف
UNIFORMED SERVICE	الخدمات الملحقة بقسم المكاتب الأمامية
UPSELLING	الجهود البيعية الإضافية لزيادة الإيرادات
VACANT AND READY	غرفة شاغرة وجاهزة للتسكين
VOICEMAIL BOX	جهاز الرد الآلي على المكالمات
WAITING LIST	قائمة انتظار الحجوزات
WAKE-UP CALL	مكالمات الإيقاظ
WALK-IN	ضيف بدون حجز مسبق
WORLD-CLASS SERVICE	مستوى خدمة عالمية



▪ غرفة فندقية تتميز بمنظر جانبي جميل



▪ نموذج لإمكانية إجراء الحجز الفندقي عن طريق الإنترنت في عصر تسوده التكنولوجيا

تمارين

- **السؤال الأول: عرف المصطلحات الفندقية التالية:**

أ - الجمعية الدولية للفنادق
ب - الإعلان الفندقي

- **السؤال الثاني: أكمل العبارات التالية بصورة صحيحة:**

١- ترجع أهمية وضرورة التعاون بين أقسام الفندق إلي......................
٢- من مؤهلات العمل الفندقي ....
٣- من العوامل التي تساعد على نجاح الفندق ....
٤- يأخذ التعاقد الشكل القانوني من خلال الخطوتين التاليتين................................
٥- من القواعد والتعليمات التي أصدرتها الجمعية الدولية للفنادق في مجال تنظيم العلاقة بين مديري الفنادق والنزلاء ....

- **السؤال الثالث: اشرح باختصار:**

١ - أهم الحالات التي يتعرض لها النزيل وتستوجب إجراءات قانونية
٢ -أهم الأعراف الفندقية في إقامة النزلاء

- **السؤال الرابع: قارن بين:**

- إيجابيات وسلبيات العمل الفندقي
- حقوق النزيل وواجبات النزيل

ملاحظات

ملاحظات

ملاحظات

ملاحظات

محتويات الحقيبة التدريبية

محتويات الحقيبة التدريبية الأولى من الوحدات التدريبية

إدارة فندقية

موظف الاستقبال

١ -	الوحدة التدريبية الأولي:	صناعة الفنادق
٢ -	الوحدة التدريبية الثانية:	تصنيف الفنادق
٣ -	الوحدة التدريبية الثالثة:	التنظيم الفندقي
٤ -	الوحدة التدريبية الرابعة:	الاستغلال الفندقي والتأمين الفندقي
٥ -	الوحدة التدريبية الخامسة:	طبيعة العمل الفندقي



إدارة فندقية

إجابة التمارين

إجابة التمارين

إجابة التمارين

إجابة تمارين الوحدة التدريبية الأولي

- السؤال الأول: عرف المصطلحات الفندقية التالية:

١ - الفندق:

الجمعية الأمريكية للفنادق والموتيلات American Hotel and Motel Association عرفت الفندق كما يلي: "الفندق –نزل أعدت طبقاً لأحكام القانون ليجد النزيل المأوى والمأكل وخدمات أخرى لقاء أجر معلوم"

٢ -جمعية الفنادق الأمريكية:

تشير دراسات صناعة الفنادق في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أن جمعية الفنادق في مدينة نيويورك "Hotels Association of New York City" التي تم تأسيسها في عام ١٨٧٨م تعتبر اقدم جمعيات الفنادق في تشجيع الاستثمار في القطاع الفندقي عن طريق إثارة الدوافع والرغبات لدى الأفراد والشركات , كما أنها وضعت لنفسها مجموعة من الأهداف تسعى إلى تحقيقها أهمها ما يلي: تشجيع اهتمام الأفراد والشركات بصورة عامة وتشجيع اهتمام أعضائها بصورة خاصة بالأعمال الفندقية وذلك عن طريق تعاونها المستمر مع أعضائها وغيرهم للعمل على معالجة وحل المشكلات التي تواجه الإدارة الفندقية وعن طريق وقوفها بوجه المنظمات التي تصدر قوانين تضر بالأعمال الفندقية والاعتراض عليها ودعم القوانين التي تشجعها.

٣ -الجمعية الدولية للفنادق

- International Hotels Association

الجمعية الدولية للفنادق منظمة دولية مهنية تقوم بالدراسات والبحوث في المجالات المختلفة والمتنوعة لصناعة الفنادق, ومقرها الدائم في باريس, وتضم في عضويتها عدد كبير من الفنادق في مختلف بلدان العالم، وتهدف هذه الجمعية إلى تسهيل الاتصالات وتبادل المعلومات والأفكار المفيدة بين المنظمات والشركات الفندقية والفنادق والمطاعم في مختلف بلدان العالم بغرض دراسة أوضاع مهنة صناعة الفندقة والعمل على حل المشاكل التي تواجه إدارتها.

- السؤال الثاني: أكمل العبارات التالية بصورة صحيحة:

١ - من العوامل التي تساعد على انتشار وازدياد الفنادق:

أ - تزايد انتقال الأفراد من زمان إلى زمان ومن مكان إلى مكان بفضل تطور وازدياد وسائل المواصلات الحديثة والسريعة.

ب - تزايد وانتشار واتساع وسائل النقل والطرق السريعة حيث تتواجد الفنادق على هذه الطرق ليجد المسافر فيها محطة راحة واستجمام خلال تنقله ومثال على ذلك نشوء الموتيلات على الطرق السريعة ونشوء فنادق المطارات...الخ.

ت - تعقيد الحياة وكثرة مشاكلها وتعقيد العمل أدى إلى الحاجة الضرورية لكل فرد ليتمتع بإجازة سنوية أو فعلية يخلد بها إلى الراحة والاستجمام بعيداً عن مكان إقامته وعمله وبالطبع المكان الوحيد الذي يأويه في حالة رحلته هو الفندق.

ث - تقليل ساعات العمل وزيادة أجور العمل أدت إلى توفير دخل إضافي ووقت إضافي للأفراد، بحيث يستطيعون أن يوفروا جزء من هذا الدخل في السفر والترحال وكذلك الإجازات السنوية المدفوعة الراتب.

ج - ازدياد الوعي الثقافي والاجتماعي لدى الناس وازدياد الرغبة في زيارة المدن والبلدان الأخرى بعد حلول السلام بالعالم وخاصة بعد الحرب العالمية الثانية.

ح - زيادة حركة التجارة والصناعة والزراعة أدت إلى انتقال البضائع والمواد من مكان إلى آخر وسعى رجال الأعمال للحصول على العمل في زيارة مدن وبلدان أخرى، وبالتأكيد في حالة ترحالهم في أي مكان في العالم أول ما يحتاجه رجل الأعمال هو فندق يأويه.

٢ - محاور أهمية صناعة الفنادق يمكن اختصارها كالتالي:

أولاً : تقديم الخدمات للأفراد

ثانياً : الحصول على الإيرادات والعملة الصعبة

ثالثاً : توفير فرص العمل

رابعاً : تعليم وتدريب الأفراد العاملين في المجالات المختلفة للفندقة

خامساً : تنمية المناطق الجغرافية التي يتم إنشاؤها فيها وتطوير الصناعات المرتبطة بها

٣ - من خصائص صناعة الفنادق:hotels industry of Characteristics

أ - حساسية النشاط الفندقي للأحداث السياسية.

ب - حساسية النشاط الفندقي للظروف الاقتصادية للدول التي تصدر الزوار.

ت - يعتبر مفهوم الخدمة من المفاهيم الأساسية في الصناعة الفندقية حيث يقاس النجاح مستوى الخدمة المقدمة وهذا يتطلب القياس المستمر لدرجة رضاء النزلاء لهذه الخدمات.

ث - يعتبر العنصر البشري هو العنصر الأساسي في الصناعة الفندقية.

ج - هناك العديد من الأنشطة المختلفة التي تتم داخل الفندق في نفس الوقت كخدمات الإقامة وإعداد الطعام وتقديم الشراب وهذا يتطلب المقدرة على التنسيق لضمان تقديم هذه الخدمات بكفاءة وهذا يبرز دور الإدارة المحترفة .

ح - ساعات العمل ٢٤ ساعة يوميا و٧ أيام في الأسبوع ، فالعاملون في هذه الصناعة يعملون بينما الآخرون في إجازة وفي حالة استرخاء . بمعنى آخر أن النشاط الفندقي يتميز بنظام الخدمة المستمرة (Ongoing system) على مدار اليوم.

خ - تأثر النشاط الفندقي بالموسمية وهذا إحدى مشاكله الأساسية وهذا يتطلب الإعداد والتسويق لبرامج شاملة وبأسعار مخفضة في أوقات انخفاض الطلب .

٤ - أهم المشكلات التي تواجه صناعة الفنادق المشكلات التي تواجه صناعة الفنادق

Problems facing hotels industry

أ - إن أصعب مشكلة تواجه هذه الصناعة هي أنها صناعة كثيفة رأس المال .

ب - لا يستطيع أي فندق مهما كانت إدارته ناجحة أن يحقق معدل إشغال ١٠٠٪ إلا بصعوبة كبيرة ولكن ذلك يمكن تحقيقه في صناعات أخرى كثيرة .

ت - من الصعب على الفندق أن يغير نشاطه أو المنتج أو الخدمات التي يقدمها .

ث - إن رضاء العميل عن الخدمة الفندقية من الممكن أن يتدخل فيه عوامل غير موضوعية كثيرة وذلك لاختلاف العوامل الثقافية للنزلاء .

ج - نظرا لارتفاع مستوى المعيشة وإمكانية الحصول على الراحة والاستمتاع داخل المنزل فإن الصناعة الفندقية بدأت تواجه منافسة من النزلاء أنفسهم حيث أن لديهم كل ما في الفندق بل وأكثر مما دفع الكثير من الفنادق إلى بذل أقصى جهد لإشباع حاجات النزلاء وهذا يضيف عبء جديد على موارد الفندق وإدارته .

ح - للبيانات دور أساسي في الصناعة الفندقية ولكن تحتاج هذه الصناعة بيانات دقيقة عن تاريخ النزلاء وثقافتهم ومتطلباتهم في الخدمة هذا بالإضافة إلى بيانات كاملة عن آلاف السلع والخدمات وهذه البيانات مكلفة جدا ولا يستطيع دفع تكلفتها إلا الفنادق الكبرى ذات الإمكانيات المالية الضخمة .

خ - إن الصناعة الفندقية صناعة موسمية .

٥ - متطلبات النجاح في صناعة الفنادق How to succeed in hotels industry

لضمان واقعية متطلبات النجاح في هذه الصناعة سيتم الاعتماد على خبرات الرواد الأوائل وممارستهم ومعادلاتهم الإدارية التي حققت نجاحاً باهراً في أعمالهم من خلال العمل الجاد والتصور الجيد للمستقبل والبدء بحاجات الضيف والحكمة في اتخاذ القرارات ، ثم تطوير المعايير والإجراءات اللازمة التي اتبعها الكثيرون ومازالوا يتبعونها إلى الآن في إدارة عمليات وأنشطة هذه الصناعة ، هذا مع ملاحظة تنوع واختلاف مكونات معادلة النجاح لكل رائد من هؤلاء الرواد.

- فمنهم من اهتم بكمال العمل والخدمة والاهتمام بكل صغيرة وكبيرة بالإضافة إلى بذل كل مجهود للتنبؤ بحاجات الضيوف وإشباعها ثم تدريب العاملين بنفسه عليها خاصة في الأيام الأولى لتشغيل الفندق لغرسها في أدائهم وكل ذلك في ضوء إيمان عميق بمفهوم الخدمة وتطبيق هذا المفهوم مع الضيوف .وهناك مكونات أخرى لمعادلة أخرى ركزت على ضرورة البدء باختيار شريحة الضيوف التي يتم خدمتها وبالتالي التفاني في خدمة هؤلاء الضيوف، بالإضافة إلى الاهتمام برقابة المأكولات والمشروبات والاهتمام بزي ومظهر الموظفين (كبائعين للخدمة)، وبالتطوير والتجديد في الخدمات المقدمة لتحقيق التميز والأفضلية، هذا مع الإيمان العميق بان التفاني في أداء الخدمة هو أساس النجاح، حيث أن الفرد الذي يتقدم وينجح في عمله هو الفرد الذي يقدم خدمات نافعة أكثر لمن يخدمهم، والاعتقاد الراسخ لديه بأن الضيف دائما على حق The guest is always right .

- هناك ثلاثة أفكار عامة ولها نفس الأهمية تحكم العمل داخل الفندق كفلسفة وهي :

- تقديم الخدمة بطريقة مهذبة وودودة للضيف
- تقديم طعام ذو جودة عالية وبسعر معتدل
- العمل بجد ليل نهار لتحقيق الربح .

٥ - السؤال الثالث: اشرح باختصار:

١ - علاقة صناعة الفنادق بالمجتمع:

أفضل عبارة نستطيع قولها " ما هو جيد للمجتمع هو جيد للفندق وما هو جيد للفندق جيد للمجتمع ".

ونستطيع الآن أن نحدد ثلاث مجتمعات في الدولة تستفيد استفادة مباشرة أو غير مباشرة في وجود الفنادق:

(١) المجتمع الأول:

ونقصد به المحلات والشركات المجاورة لبناية الفندق كأن تكون في حي معين فإن أصحاب هذه الأماكن يستفيدون من وجود فندق بالقرب منهم وذلك لتوفير طرق المواصلات العمومية والخاصة لهم وتوفير وسائل الاتصالات الحديثة لهم ونظافة شوارع المنطقة وإيصال الخدمات الضرورية الأخرى وتوفير الأمن لهم، كذلك في حالات محلات التسويق القريبة من الفندق حيث يتحسن عملها ويزداد وكذلك المطاعم المجاورة للفندق لأن المبلغ الذي ينفقه السائح داخل الفندق قليلة بالنسبة لما ينفقه بالنزهة والترفيه خارج الفندق.

(٢) المجتمع الثاني:

ونقصد به المدينة التي يقع بها الفندق، وبالطبع تستفيد من وجود الفندق فيها، وذلك بتقديم الخدمات إلى السياح كالمسارح والسينما والمطاعم ومحلات التسويق ومحلات الخدمات الأخرى وكذلك المواصلات العامة والمناطق السياحية الأخرى وكذلك يساعد وجود الفنادق على تقليل نسب البطالة وتنشيط الحركة التجارية والزراعية والصناعية.

كما تساعد وجود الفنادق التجارية الضخمة في المدينة إلى تغيير الحالات الاجتماعية والعادات والتقاليد. نلاحظ في بعض الأقطار أنه قبل إنشاء فنادق حديثة في البلد قليل من الناس يرتادون الفنادق وخاصة العائلات أما بعد إنشاء الفنادق الحديثة نرى أن معظم الناس والعائلات أخذت تتجه إلى الإقامة فيها في العطل والمناسبات الرسمية أو الذهاب إلى المطاعم في الفنادق أو إقامة حفلات الزواج أو الحفلات الأخرى في داخل قاعات الفندق. أصبح الفندق الآن هو المكان المفضل لقضاء شهر العسل أو الخلود إلى الراحة والاستجمام والهدوء.

(٣) المجتمع الثالث:

ونقصد به الدولة ككل والتي تقع فيها الفنادق. إن الدولة التي تشجع على إنشاء الفنادق تنشط وتدعم السياحة والوافدة للدولة، وهذا بدوره يساعد على حصول الدولة على العملات الأجنبية وعلى تنشيط قطاع الخدمات بشكل معين حتى يفي برغبات وحاجات السياح وكذلك تحسين طرق المواصلات وتحسين المرافق العامة الأخرى وبالتالي تنشيط الحركة الاقتصادية والمالية والتجارية والزراعية لكل بلد. نلاحظ أن هناك دول كثيرة أخذت تحسن وضعها الاقتصادي بالانفتاح على السياحة وهذا بدوره يؤدي إلى إنشاء الفنادق فيها.

٢ -أهم مراحل التطور التاريخي لصناعة الفنادق

إن تحليل التطور التاريخي لصناعة الفنادق يبين أن الفندقة قبل أن تصل هذا المستوى من التطور في الوقت الحالي مرت بثلاث فترات وهي:

- الفندقة في العصور القديمة **Hotels in old ages**
- الفندقة في الشرق القديم
- الفندقة عند الإغريق
- الفندقة عند الرومان
- الفندقة في العصور الوسطى **Hotels in medieval ages**
- الفندقة في العصور الحديثة **Hotels today**

إجابة تمارين الوحدة التدريبية الثانية

- السؤال الأول: عرف المصطلحات الفندقية التالية:

١ - فنادق الدرجة الأولي First Class Hotels :

تعتبر هذه الفنادق من الفنادق الراقية التي تقدم أفضل الخدمات الفندقية بشكل متكامل ولكن ليس بمستوى الخدمات التي تقدمها الفنادق الممتازة. أسعار الخدمات فيها أقل من أسعار الخدمات في الفنادق الممتازة، ويتميز هذا النوع من الفنادق أيضا بمواصفات محددة من حيث الموقع وقطاع الغرف والأغذية والمشروبات... الخ . إن تحليل إحصائيات الفنادق في سوريا ودولة الإمارات العربية المتحدة يبين أن عدد الفنادق من هذا النوع قد ازداد في سوريا من ٣٥ فندقا في عام ١٩٩٢ إلى ٣٦ فندقا في عام ١٩٩٣ ثم ازداد إلى ٣٧ فندقا في عام ١٩٩٤ أي بمعدل زيادة ثابتة مقدارها ٢,٧٧٧٪ بينما في دولة الإمارات العربية المتحدة فقد ازداد عدد الفنادق من هذا النوع فيها من ٣٦فندقا في عام ١٩٨٩ إلى ٤٠فندقا في عام ١٩٩٠ ثم ازداد إلى ٤١فندقا في عام ١٩٩١ ،أي بمعدلات زيادة مقدارها (١١,١١١٪)، (٢,٥٪). على التوالي .

٢ -الشركات والسلاسل الفندقية (**Chain Hotels**)

هي عبارة عن إدارة عدة فنادق من قبل شركة واحدة وظهرت وتطورت هذه الأنواع من الشركات بعد الحرب العالمية الثانية. كانت أول نشأتها في الولايات المتحدة الأمريكية وأول سلسلة فندقية ظهرت هي سلسلة فنادق ستاتلر (Statler) ثم تبعتها سلاسل هيلتون وشيراتون. كانت أحد الأسباب الرئيسية لنشوئها هو المنافسة الشديدة في ذلك الوقت، ونلاحظ الآن أن السلاسل الفندقية غزت العالم كله وهي تتمتع بمزايا خاصة بها مثل فخامة رأس المال المستثمر وكبر حجم الفنادق وتخصص الإدارة ...الخ التي لا يمكن لأي فندق مستقل أن يوفرها.

٣ - الموتيلات:

فنادق العبور (الموتيلات) Motels : يقع هذا النوع من الفنادق غالباً على جانبي الطرق البرية السريعة (High Ways) وضواحي المدن الكبرى بصورة رئيسية , الغرض الرئيسي من إنشائها إيواء المسافرين بالسيارات الخاصة الذين يقطعون مئات الكيلو مترات حيث يحتاجون إلى مكان للراحة والأكل وخدمات محددة لصيانة سياراتهم ... الخ .

٤ - الفنادق العائمة **Floating Hotels**

يقصد بها السفن الكبيرة التي تجوب البحار والمحيطات وتنقل المسافرين من مدينة إلى أخرى أو من دولة إلى أخرى أو من قارة إلى أخرى أو الرحلات البحرية حول العالم، وتجهز هذه السفن بكافة الخدمات التي يطلبها المسافر حيث تحتوي على غرف نوم ذو حمامات مستقلة وتحتوي على شقق بعدة أنواع، وتقدم خدمة الطعام والشراب وخدمات الغرف والبريد والبرق والهاتف والتلكس والكي والغسيل وتحتوي أيضاً على مسارح وسينما وأسواق ...الخ، أي تقدم جميع الخدمات التي تقدمها الفنادق الكبرى.

٥ - الفنادق الخضراء **Green Hotels**

تهتم هذه الفنادق بالبيئة وتستخدم طاقة شمسية بدلاً من أن تترك تأثيراً ملوثاً على البيئة ومن أهم الشروط التي يجب أن تراعيها الفنادق الخضراء الآتي:

- أن يكون الشاطئ طبيعياً وأن لا يتم التدخل فيه وتغييره هندسياً ولا المساس بمعالمه الطبيعية.
- عدم وجود حيوانات أليفة على الشاطئ لأنها تترك مخلفات قد تسبب أمراضاً أو عدوى للإنسان.
- عدم استخدام تكنولوجيا مضرة بالبيئة من وسائل الترفيه المستخدمة على الشاطئ مثل الدراجات النارية المائية (Jet Ski).
- توافر أماكن وممرات لذوي الاحتياجات الخاصة ودورات مياه خاصة بهم.
- يجب أن تبنى بمواد طبيعية غير أسمنتية ولا يستخدم فيها التكنولوجيا الحديثة مثل التكييف وبدلاً منه تستخدم التهوية الطبيعية كالقباب.

- **السؤال الثاني: أكمل العبارات التالية بصورة صحيحة:**

١ - **من النقاط الواجب مراعاتها عند تصنيف الفنادق:**

أ - عدد ونوع وشكل الغرف والأماكن (الأقسام) المعدة للاستخدام العام، الأماكن الترفيهية، الخدمات، قاعات الحفلات والاجتماعات وغيرها، وموقع الفندق ومساحته.

ب - حجم غرف الفندق.

ت - عدد الغرف المزودة بالبانيو وعدد الغرف المزود بالدوش.

ث - مدى ملائمة التجهيز والأثاث وجودتها ونوعيتها.

ج - حجـم ونـوع التجهيـز الـتقني والمتمثـل في (التدفئـة المركزيـة، المجـاري، الإضـاءة، عـازلات الصـوت، تمديـدات شـبكة الميـاه، دورات الميـاه، أجهـزة التليفونـات، أجهـزة الحاسـب، أجهـزة السلامة مثل أجراس الحريق)....الخ.

ح - مستوى الخدمة المقدم بالفندق (الغرف، المطاعم، الكافيتريا، النوادي الرياضية...الخ).

خ - مؤهلات ومستوى الخبرة لدى العاملين بالفندق.

٢ - **يمكن تصنيف الفنادق حسب الدرجة كالتالي:**

يمكن تقسيم الفنادق من حيث الدرجة ووضعها ضمن مجموعات وكل مجموعة لها درجة معينة وكل درجة تختلف عن الدرجة الأخرى في الخدمات والأسعار، وتقسم بعض الدول العالمية السياحية فنادقها حسب الدرجة ويتم تقسيمها بهذا الشكل لتسهل للمسافرين مهمة البحث عن فندق وعن الخدمة التي يقدمها والأسعار التي يطلبها فكلما زادت درجة الفندق كلما زادت خدماته وأسعاره والعكس صحيح، وفيما يلي الدرجات المختلفة للفنادق:

- فنادق الدرجة الممتازة Deluxe Hotels

فنادق الدرجة الأولى First Class Hotels

فنادق الدرجة الثانية Second Class Hotels

فنادق الدرجة الثالثة Third Class Hotels

٣ - **من أشهر السلاسل الفندقية في العالم هي** هيلتون (Hilton) وشيراتون (Sheraton)، هوليداي إن (Holiday In)، رمادا (Ramada)، الهيات ريجنسي (Hyatt Regency) ....الخ.

٤ - **من الأسس الواجب دراستها قبل البدء بتصميم الموتيلات :**

- دراسة الموقع وأهميته الجغرافية.
- دراسة نوعية الخدمات التي يقدمها الموتيل.
- دراسة الناحية الأمنية والسيطرة على حركة الدخول والخروج.

٥ - **من الأنواع المختلفة لتصنيف المنتجعات: نلاحظ أنه من الصعب جداً تصنيف المنتجعات ولكننا سنحاول تصنيفها إلى أربع تصنيفات وهم:**

أ - منتجع صيفي: يقع بالقرب من السواحل والبحيرات.

ب - منتجع شتوي دافئ: يقع بالقرب من المياه المعدنية والغابات.

ت - منتجع شتوي بارد: يقع بالقرب من الجبال والمناطق الباردة.

ث - منتجع يعمل على مدار السنة: يقع في المناطق التي يكون مناخها معتدل.

- **السؤال الثالث: قارن بين:**

١ - المقارنة بين الفنادق الخاصة والفنادق الحكومية:

- فنادق القطاع الخاص (Private Hotels)

وهي الفنادق التي يملكها شخص واحد وعادة تكون صغيرة وعدد غرفها قليلة وتقدم خدمات محدودة لقلة رأس المال المستثمر فيها، وتنتشر هذه الفنادق في أكثر مدن العالم وخاصة في المدن الصغيرة.

- الفنادق الحكومية (Governmental Hotels)

وهي الفنادق التي تكون ملكيتها تابعة للدولة مثل دور الاستراحة المتوفرة لدى بعض الوزارات والهيئات الحكومية. أو في بعض الأحيان تقدم هذه الفنادق خدماتها إلى عامة الناس.

٢ - المقارنة بين فنادق الضواحي وفنادق المنتجعات:

-فنادق الضواحي Suburban Hotels:

يقع هذا النوع من الفنادق في ضواحي المدن ، فنظراً لارتفاع تكلفة الأراضي لإقامة الفنادق في مراكز المدن فإن كثير من الشركات بدأت تقيم كثيرا من فنادقها في الضواحي المختلفة للمدن التي يمكن أن يكون سعر الأرض فيها منخفضا ، أسعارها مرتفعة نسبيا وأحجامها تتراوح ما بين ٢٥٠ -٥٠٠ غرفة مخصصة بصورة رئيسية لإيواء رجال الأعمال والسائحين العاديين إذ تقدم لهم كافة الخدمات التي يطلبونها : المأكولات والمشروبات والنادي الصحي وخدمات الكي والتنظيف ... الخ .ويتوقع زيادة التوسع في هذا النوع من الفنادق في المستقبل .

-فنادق المنتجعات Resort Hotels :

نشأت المنتجعات السياحية في نهاية القرن التاسع عشر وتوسعت وتطورت بعد توسع وتطور طرق المواصلات. موقع المنتجعات السياحية عادة تكون بالقرب من المناظر الطبيعية أو قرب الغابات أو الجبال أو قرب ينابيع المياه المعدنية أو قرب البحيرات أو الشلالات. من الطبيعي أن تقع المنتجعات قرب الأماكن المرغوبة من قبل الناس.

٣ - المقارنة بين الفنادق العلاجية و الفنادق الرياضية:

- الفنادق العلاجية **Therapeutical Hotels**:

يقع الفندق العلاجي بجوار مصدر طبيعي للاستشفاء يمتاز بهوائه الجاف أو بقربه من ينابيع المياه المعدنية و الكبريتية أو توافر رمال لها خاصية الاستشفاء مثل شاطئ سفاجا في مصر أو البحر الميت في الأردن على سبيل المثال، وتحتوي الفنادق العلاجية بحكم طبيعة عملها على جميع الأدوات والمعدات والإنشاءات التي تتوافر عادة في المستشفيات والعيادات ، وأغلب نزلاء تلك الفنادق من المرضى الذين يعانون من أمراض جلدية مثل الصدفية أو أمراض تتعلق بالمفاصل والأعصاب وتقدم لهم الخدمة الطبية على الشاطئ أو داخل الغرف بواسطة كادر طبي متخصص ويقدم لهم الطعام تحت إشراف طبي كامل.

- الفنادق الرياضية **Athletical Hotels**:

تنتشر هذه الفنادق في المدن التي تحتوي على ملاعب كبيرة ومدن أولمبية مثل أمريكا ، كندا ، أسبانيا...الخ ، وقد تعمل هذه الفنادق في موسم واحد وهو موسم الألعاب أو قد تعمل على مدار السنة حسب الدولة أو الموقع، ويوجد فنادق رياضية بالقرب من المناطق المغطاة بالثلوج لغرض ممارسة رياضة التزحلق على الجليد وتقدم مدربين متخصصين في ذلك. أغلب هذه الفنادق تكون مجهزة بكافة الخدمات الضرورية التي يحتاجها الرياضي أو الهواة من قاعات للتمارين أو للرياضة العادية وكذلك يتم تجهيزها بنوعية معينة من الطهاة لتقديم طعام صحي للرياضيين. تكون هذه النوعية من الفنادق مؤقتة أو دائمة وتكثر قرب المدن الأولمبية أو قرب الملاعب المشهورة بالعالم وتتراوح درجاتها من نجمتين إلى الدرجة الممتازة.

٤ - المقارنة بين تصنيف الفنادق حسب النجوم و تصنيفها حسب الأسعار

- تقسيم الفنادق من حيث النجوم **Stars**

تقسم الفنادق من حيث النجوم على نفس الطريقة التي تقسم بها من حيث الدرجات، فكلما زادت عدد نجمات الفندق كلما زادت خدماته وتوسعت وازدادت أسعاره والعكس صحيح وتقسم كالآتي:

- فنادق ذات خمسة نجوم Five Stars Hotels
- فنادق ذات أربعة نجوم Four Stars Hotels
- فنادق ذات ثلاثة نجوم Three Stars Hotels
- فنادق ذات نجمتين Two Stars Hotels
- فنادق ذات النجمة الواحدة One Star Hotel

- تقسيم الفنادق من حيث الأسعار **Prices**

تقسم الفنادق الآن حسب أسعارها وخاصة الفنـادق الأمريكيـة والـتي تعتـبر رائـدة في تقسيمات الفنـادق في العالم وتقسم كما يلي:

١- غالية جداً Luxury Hotels

٢- غالية Upscale Hotels

٣- متوسطة Mid-Price Hotels

٤- اقتصادية Economy Hotels

٥- رخيصة Budget Hotels

إجابة تمارين الوحدة التدريبية الثالثة

- السؤال الأول: عرف المصطلحات الفندقية التالية:

١ - تعريف الهيكل التنظيمي للفندق:

يعرف الهيكل التنظيمي بأنه البناء أو الإطار الذي يحدد التركيب الداخلي للمنشأة، فهو يبين التقسيمات والتنظيمات والأحداث الفرعية التي تقوم بمختلف الأعمال والأنشطة لتحقيق أهداف المنشأة، كما يوضح نوعية العلاقات بين أقسامها وخطوط السلطة وشبكات الاتصال فيها. الهيكل التنظيمي كبناء هرمي يعكس ترتيب الأقسام الفندقية في حالة السكون ويتيح أفضل الظروف لتدفق الحياة في مختلف أقسام الفندق عن طريق تطبيق نظم العمل وأساليبه وإجراءاته.

٢ - الخرائط التنظيمية **Organization Charts**

هي عبارة عن مخطط أو وسيلة إيضاح تبين التنظيم الخاص للمنظمة (الفندق)، فهي تبين الأقسام وترابطها وكذلك أعمال كل قسم.

٣ - التوصيف الوظيفي **Job Descriptions**

إن نماذج توصيف الوظائف يجب وضعها أو تطويرها في كل منشأة بالاتفاق مع قسم شئون العاملين، وهذه النماذج توضع لصالح صاحب العمل والعامل نفسه، وتشمل المهام المحددة لوظيفة العامل.

توصيف الوظائف يجب أن بفصل على حسب احتياجات التشغيل المحددة لكل منشأة، وعليه فإن محتويات نماذج توصيف الوظائف تختلف بين أقسام الإشراف الداخلي المختلفة.

- السؤال الثاني: أكمل العبارات التالية بصورة صحيحة:

١ - من أهم أسباب نشوء التنظيم الفندقي:

(١) زيادة حدة المنافسة بين الفنادق وخاصة بعد تطور طرق المواصلات البرية والبحرية والجوية واتجاه الناس إلى التنقل والسفر من مدينة إلى أخرى ومن دولة إلى أخرى بعد أن ألغيت المسافات بين الدول وخاصة بالسفر بواسطة الطيران.

(٢) زيادة الطلب على الإقامة في الفنادق وخاصة بعد الحرب العالمية الثانية واستقرار العالم سياسياً واقتصادياً وتجارياً.

(٣) ازدياد استخدام الفنادق وخاصة من قبل رجال الأعمال الذين يسافرون من مدينة إلى مدينة أخرى أو دولة أخرى لعقد اتفاقات تجارية أو صناعية أو زراعية أو للبحث عن أعمال جديدة.

(٤) الهجرة من الريف إلى المدينة طلباً للعمل.

(٥) استخدام التكنولوجيا الحديثة في الفنادق.

٢ - **أهم إدارات الفندق:** نرى الآن أن الفندق الكبير الحجم يتكون من عدة إدارات وأهمها:

(١) قطع الغرف

(٢) قسم الأغذية والمشروبات

(٣) قسم التسويق والمبيعات

(٤) قسم الصيانة والهندسة

(٥) قسم الموارد البشرية

(٦) قسم الأمن

(٧) قسم الحسابات

٣ - **من العوامل الداخلية التي تؤثر على الهيكل التنظيمي للفندق:**

وهي العوامل التي لها تأثير مباشر على طبيعة عمل الفندق الداخلية وتنقسم إلى:

١ - طبيعة العمل الفندقي

٢ - موقع وحجم بناية الفندق

٣ - نوعية ودرجة الفندق

٤ - رأس المال المستثمر والكادر الإداري

٤ -**من وظائف قسم المكاتب الأمامية:**

أولاً: وظائف لها اتصال مباشر بالنزلاء:

١ - تحية النزلاء والترحيب بهم باسم إدارة الفندق.

٢ - بيع الغرف واستلام الحجوزات.

٣ - تسجيل النزلاء وتخصيص الغرف لهم.

٤ - استلام وتوزيع الرسائل وطرود البريد على النزلاء أثناء تواجدهم بالفندق أو حجزها لهم لحين وصولهم إلى الفندق أو إرسالها إلى عناوينهم بعد مغادرتهم الفندق.

٥ - إعطاء المعلومات فيما يختص بالفندق والاستفسارات الأخرى التي تهم النزلاء.

٦ - تنمية المبيعات بالفندق عن طريق تنشيط مبيعات أقسام الفندق الأخرى كالأغذية والمشروبات والغسيل والكي......إلى غير ذلك.

٧ - التعامل مع شكاوي ومشاكل النزلاء والعمل على حلها وإرضاء النزلاء.

ثانياً: وظائف لا تتصل اتصالا مباشراً بالنزلاء:

١ - إخطار الإدارة عن حالة تشغيل الفندق يومياً، عدد النزلاء، عدد الغرف المشغولة، متوسط نسب الإشغال، متوسط سعر الغرفة...... إلى غير ذلك من البيانات التي يتضمنها التقرير اليومي.

٢ - إخطار قسم الإشراف الداخلي (**Housekeeping**) عن أي تغييرات في إشغال الغرف وحالتها.

٣ - التعاون مع كافة أقسام الفندق كقسم المبيعات وقسم الإشراف الداخلي وقسم الصيانة والهندسة وباقي الأقسام الأخرى للوصول بسمعة الفندق ومستوى الخدمة فيه إلى المستوى الذي ترسمه الإدارة.

٥ - من أهم أعمال مدير المكاتب الأمامية:

مسئول عن مراجعة مختلف التقارير التي يرفعا الاستقبال بشأن إشغال الغرف.

١ - يرحب بالشخصيات المهمة ويرافقها إلى غرفها.

٢ - يتأكد من صحة كشف أسماء الشخصيات المهمة وأنه قد تم توزيعها قبل الساعة العاشرة صباحاً.

٣ - يتناول كل مشاكل النزلاء التي تتصل بالمكاتب الأمامية.

٤ - يراجع التقارير المختلفة التي ترد إليه من قسم الحجز.

٥ - يتناول كل المراسلات الخاصة بالحجز.

٦ - متابعة أنواع وطرق الحجز المختلفة المستخدمة بالفندق.

ولكي يضمن إدارة سلسة عليه اتباع الخطوات التالية:

- التأكد من تحقيق أهداف التشغيل.
- تطوير وتنفيذ الدورات التدريبية.
- وضع الخطط ومراقبة كل النفقات المتصلة بالقسم.
- القيام بنشاط التنبؤ فيما يتعلق بنسبة الإشغال والعائدات.

- نقل القرارات والمعلومات الإدارية إلى كل شخص من العاملين معه وتطبيقها بالالتزام الكامل.
- ضبط تكلفة العمل وبذل الجهد لتقليل النفقات والتحكم فيها.
- زيادة حجم المبيعات والتأكد من أن كل موظفي المكاتب الأمامية على دراية بالمبيعات.
- مراجعة قائمة الاختلاف يومياً التي يعدها قسم الإشراف الداخلي.
- عمل مسح للأسواق المتنافسة مرتين في السنة على الأقل.
- المشاركة في خطة العمل السنوية والإعداد للميزانية.
- التنسيق مع شئون الأفراد والتدريب عن تعيين وتدريب العاملين في المكاتب الأمامية.
- الإشراف على نظافة موظفي المكاتب الأمامية ومظهرهم وسلوكهم الطيب.
- الإشراف على حالة الأفراد في المكاتب الأمامية وذلك فيما يتعلق بالأداء الفردي.
- رفع التقارير المتعلقة بالمكاتب الأمامية إلى مدير قطاع الغرف يومياً.

- **السؤال الثالث: قارن بين:**

١ - المقارنة بين العوامل الداخلية والعوامل الخارجية التي تؤثر على الهيكل التنظيمي للفندق:

عند إعداد أي هيكل تنظيمي لفندق ما يجب دراسة العوامل التي تؤثر على هذا الهيكل، ويمكن تقسيمها إلى:

أولاً: العوامل الداخلية:

وهي العوامل التي لها تأثير مباشر على طبيعة عمل الفندق الداخلية وتنقسم إلى:

١ - طبيعة العمل الفندقي
٢ - موقع وحجم بناية الفندق
٣ - نوعية ودرجة الفندق
٤ - رأس المال المستثمر والكادر الإداري

٢ - المقارنة بين مهام مدير قسم المكاتب الأمامية ومهام مدير قسم الإشراف الداخلي:

- أهم الأعمال التي يقوم بها مدير المكاتب الأمامية:

يعتبر مدير قسم المكاتب الأمامية مسئولاً عن تنظيم وتنسيق كل النشاطات المتعلقة بتشغيل المكاتب الأمامية لكي يصل إلى أقصى إشغال للفندق محققاً بذلك أعلى دخل وأكبر قدر من رضا النزيل.

- مسئول عن مراجعة مختلف التقارير التي يرفعا الاستقبال بشأن إشغال الغرف.
- يرحب بالشخصيات المهمة ويرافقها إلى غرفها.
- يتأكد من صحة كشف أسماء الشخصيات المهمة وأنه قد تم توزيعها قبل الساعة العاشرة صباحاً.
- يتناول كل مشاكل النزلاء التي تتصل بالمكاتب الأمامية.
- يراجع التقارير المختلفة التي ترد إليه من قسم الحجز.
- يتناول كل المراسلات الخاصة بالحجز.
- متابعة أنواع وطرق الحجز المختلفة المستخدمة بالفندق.

- أهم أعمال مدير الإشراف الداخلي:

- مسئول عن نظافة جميع غرف النزلاء، والأماكن العامة بالفندق مثل (البهو والاستراحات) والمناطق الخلفية أو الداخلية في الفندق ما عدا المطبخ (لأنه من اختصاص قسم الاستيوارد).

- مسئول عن تخطيط وتوجيه ومراقبة قسم الإشراف الداخلي والغسيل والكي بطريقة سلسة وفعالة.

- مسئول عن توفير بيئة مأمونة ومنظمة لكل من النزلاء والعاملين بالقسم.
- مسئول عن صيانة أثاثات وأجهزة ومعدات كل غرفة.
- تدريب العاملين في قسم الإشراف الداخلي والغسيل والكي حتى يمكنهم تطوير عادات عمل جيدة في القسم.
- يتأكد من أن كل المقومات والأشياء المطلوبة للعاملين (لضمان عملية التشغيل) موجودة في المخازن.
- يحلل إجراءات العمل في القسم وذلك للعمل على زيادة الإنتاجية والجودة من أجل المحافظة على مستوى نفقات القسم.

إجابة تمارين الوحدة التدريبية الرابعة

- السؤال الأول: عرف المصطلحات الفندقية التالية:

١ - التأمين الفندقي:

مصاريف التأمين تعتبر ضمن المصاريف الكبيرة للفنادق. يوجد أنواع معينة من التأمينات التي يجب على الفندق وضعها في الاعتبار وتكون بحكم القانون، ويوجد بعض التأمينات الغير ملزمة ويعتمد إجراءها على رأي الإدارة الفندقية. يوجد بعض أنواع من التأمينات تجري عند البدء في بناء الفندق وبعضها عند افتتاح الفندق. أنواع التأمين الإلزامي والاختياري يختلف من دولة لأخرى وحسب قوانين الدولة التي يقع بها الفندق.

٢ -عقود الإدارة الفندقية:

يتم تعاقد المالك للفندق أو الموتيل مع أحد السلاسل الفندقية لإدارة فندقه لقاء مصاريف أو نسبة من الإيراد الإجمالي للفندق تقوم السلسلة بإدارة الفندق وتعيين المديرين وتدريب الموظفين. المصاريف التي تدفع للسلسلة تختلف من سلسلة إلى أخرى حسب مكانة وسمعة السلسلة ومدى نجاحها. بعض السلاسل تطلب مصاريف فقط والبعض الآخر يطلب مصاريف بالإضافة إلى مصاريف تشجيعية أخرى. تحت هذا النظام يصبح المالك مستثمر يسمح للسلسلة بإدارة استثماره.

- السؤال الثاني: أكمل العبارات التالية بصورة صحيحة:

١ - يمكن تقسيم الاستغلال الفندقي لعدة أوجه كالتالي:

(١) إيجار ثابت Fixed Rent

(٢) الإيجار بواقع نسبة مئوية من صافي أو إجمالي أرباح التشغيل Fixed Rent with a Percentage

(٣) مالك مستقل أو شركة مستقلة Operated System &Company Owned

(٤) عقود الإدارة Management Contract

(٥) الامتيازات Franchise System

٢ - من المعايير التي يجب أن يحققها المالك لحصوله على حق الامتياز ، يجب على المالك أن يحقق المعايير التالية:

٣ - المعايير المحددة **Definitive Standards**

٤ - معايير جودة التشغيل **Operational Quality Standards**

٣ - المصاريف التي يدفعها المالك نظير حصوله على حق الامتياز: أغلب شركات السلاسل التي تمنح حق الامتياز تطلب دفعة أولية من المالك والتي لا يمكن استردادها وتسمى مصاريف أولية إدارية التي لا يمكن استردادها وكذلك يتم الاتفاق على المصاريف التالية:

٧ - مبالغ ثابتة تدفع شهرياً إلى الشركة الأم.

٨ - نسبة معينة تثبت على عدد الحجوزات التي تجري للفندق من قبل مكتب الحجز المركزي.

٩ - نسبة من مبيعات الغرف.

١٠ - نسبة من المجموع الكلي للمبيعات.

١١ - مبلغ ثابت عن كل غرفة.

١٢ - مبلغ ثابت عن كل غرفة مشغولة.

٤ - من أهم عناصر التأمين الفندقي التي يمكن تغطيتها :

(١) التامين ضد الحريق

(٢) التأمين ضد السطو

(٣) التأمين ضد المسئولية المدنية

(٤) التأمين ضد خيانة الأمانة

(٥) التأمين الصحي

(٦) تأمينات أخرى

ممكن لأي فندق أن يؤمن أي تأمين آخر مثل تأمين على حياة مديرين الأقسام أو موظفي الفندق أو أي تأمين تراه الإدارة ضروري للعمل الفندقي.

٥ - وثيقة التأمين ضد الحريق تشمل التغطيات التالية :

- مباني الفندق والتركيبات الإضافية والتليفزيونية والكهربائية وأجهزة تكييف الهواء والتبريد والمصاعد وتركيباتها.

- جميع الأثاث والمفروشات وأدوات التشغيل الموجودة أو التي يمكن أن توجد بغرف النوم والمطاعم والصالات الممرات والمخازن.
- محتويات قسم المغسلة من معدات وأجهزة غسيل وتجفيف وكي.
- جميع العدد والأجهزة الملحقة بقسم المطبخ من أفران كهربائية وغازية ودواليب وأدوات المطبخ سواء أثناء الاستعمال أو التنظيف.

- **السؤال الثالث: قارن بين:**

١ - المقارنة بين إيجابيات وسلبيات تطبيق عقود الإدارة الفندقية:

- إيجابيات هذا النظام:

٥ - السلسلة تدير الفندق وتضع اسمها التجاري عليه وهذا يوفر إلى الفندق نظام الحجز المركزي الوطني والعالمي وخدمات التسويق المهنية.

٦ - يحصل المستثمر (المالك) على فريق إداري متخصص.

٧ - لا يتوجب على المستثمر الانشغال شخصياً بمشاكل عمليات التشغيل اليومية للفندق.

٨ - سهولة الحصول على قروض أو أموال معينة بغرض التوسع أو إضافة خدمات جديدة وطبعاً هذا يعتمد على السلسلة نفسها.

-سلبيات هذا النظام:

٦ - يدفع المالك مصاريف إدارية إلى السلسلة وهذا يجعل المالك وحده يتحمل المخاطرة وليس السلسلة.

٧ - ممكن أن تحدث مشاكل في الاتصال بين المالكين والسلسلة (الإدارة).

٨ - يعاني المالك في بعض الأوقات بعدم حصوله على معلومات كافية عن عمل الإدارة.

٩ - يفقد المالك السيطرة على قرارات التشغيل وربما لا يوافق على بعض ممارسات أو تطبيقات الإدارة.

١٠ - السلاسل دائماً تعمل ضمن مستويات أو إجراءات محددة، في بعض الأحيان لا يوجد مجال للمرونة في التغيير حسب طبيعة البلد.

٢ - المقارنة بين إيجابيات وسلبيات تطبيق نظام الامتياز كطريقة لإدارة الفندق:

-إيجابيات هذا النظام:

٥ - الاستفادة من نظام الحجز المركزي والمحلي والوطني أو العالمي بالإضافة إلى التسويق المحلي والوطني والعالمي.

٦ - الحق في استعمال الاسم التجاري للسلسلة والذي دائماً يكون معروف إلى عدد كبير من السياح.

٧ - تقدم السلسلة إلى المالك مساعدة إدارية مهنية أو متخصصة والتي تساعد على رفع مستويات التشغيل وهذا يساعد المالك على النجاح في عمله الإداري.

٨ - الحق في شراء تجهيزات ومعدات الفندق من الموزع المركزي للسلسلة وهذا بدوره يتيح للمالك الحصول على بضاعة رخيصة وبخصم كبير.

- سلبيات هذا النظام:

٤ - يجب على المالك أن يدفع إلى السلسلة مصاريف الحصول على حق الامتياز وكذلك مصاريف شهرية حسب الاتفاق.

٥ - إذا حدث أي شئ غير جيد للسلسلة كأن تفقد سمعتها أو تخسر في أماكن معينة هذا بدوره ينعكس على المالك ويؤثر عليه.

٦ - يكون المالك محدد أيضاً في وضع سياسات وإجراءات معينة في العمل.

٣ - المقارنة بين الإيجار الثابت والإيجار بواقع نسبة مئوية من أرباح التشغيل كطرق للاستغلال الفندقي

- إيجار ثابت Fixed Rent:

هو عقد يتعهد بموجبه المستغل (المستأجر) يدفع مبلغ ثابت شهرياً أو سنوياً مقابل إيجار مبنى الفندق، وهذا المبلغ يمكن احتسابه على أساس نسبة مئوية صافية من قيمة الأرض والمباني والأثاث بالإضافة إلى قيمة الضرائب العقارية والتأمين وأقساط استهلاك، كما يمكن للمستغل تحليل قيمة هذا الإيجار عن طريق إيجاد متوسط تكلفة بناء الغرفة بالنسبة لكل من الإيجار اليومي للغرف وتكاليف التشغيل.

- الإيجار بواقع نسبة مئوية من صافي أو إجمالي أرباح التشغيل

Fixed Rent with a Percentage

يمكن الاتفاق على الإيجار على أساس نسبة مئوية من صافي الربح، وقد جرى هذا العرف على أنه عند تأجير الفنادق أو تشغيلها على هذا الأساس يتعين على المالك أو المؤجر تسليم الفندق بكامل معداته وأثاثه وأن يتولى المستغل (المستأجر) توفير رأس مال التشغيل والقيام بدفع كافة المصاريف بما فيه

العائد على رأس المال المقترض والضرائب العقارية والتأمين بالإضافة إلى كافة مصاريف التشغيل، ثم يوزع صافي الربح مناصفة أو بنسب مئوية معينة بعد خصم المصاريف المتفق عليها واحتياطي الاستبدال.

إجابة تمارين الوحدة التدريبية الخامسة

السؤال الأول: عرف المصطلحات الفندقية التالية:

١ - **الجمعية الدولية للفنادق International Hotel Association**

هي منظمة فندقية ذات صفة دولية خاصة وهي ليست منبثقة من هيئة الأمم المتحدة ومقرها الدائم في باريس، وتضم لعضويتها معظم الفنادق بالعالم وتعقد اتفاقيات جماعية مع الاتحاد الدولي لشركات السياحة وذلك لتنظيم العلاقة بين شركات السياحة والفنادق، وهي منظمة دولية مهنية تهدف إلى تسهيل الاتصالات وتبادل الأفكار بين الفنادق والمطاعم والمؤسسات الفندقية في مختلف دول العالم لغرض دراسة أوضاع مهنة الفندقة عموماً والعمل على حل المشاكل التي تواجهها، هذا بالإضافة إلى قيامها بالدراسات والبحوث في مختلف نواحي الفندقة.

٢ - **الإعلان الفندقي:**

الإعلان ووسائله ضرورية في التأثير على اختيار الضيف لفندق معين وتفضيله عن الفنادق الأخرى، فالفندق يجب أن يعرض نفسه في السوق وإلى الجمهور أي يعرض موقع الفندق وطرق المواصلات للوصول إليه والخدمات التي يقدمها. الإعلان يأخذ أشكال وصور مختلفة كأن يكون في التليفزيون أو بالراديو أو على شكل نشرات أو لوحات إعلانية على الطرق السريعة أو إعلانات في الصحف والمجلات أو على شكل اتصال مباشر مع وكلاء السفر وإعطائهم عمولة معينة أو لشركات الطيران العالمية والمحلية أو المشاركة في المعارض السياحية ...الخ.

- **السؤال الثاني: أكمل العبارات التالية بصورة صحيحة:**

١ - **ترجع أهمية وضرورة التعاون بين أقسام الفندق إلي:**

التعاون بين الأقسام المختلفة في الفندق ضرورية جداً وخاصة إذا علمنا بأن أي خدمة تقدم إلى الضيف يساهم بها قسمين أو أكثر من أقسام الفندق.على سبيل المثال إن إيصال الضيف الوافد إلى الفندق من الصالة الرئيسية في قسم الاستقبال إلى غرفته المهيأة والنظيفة، ذلك يتطلب خدمة من المكاتب الأمامية وحاملي الحقائب وقسم التدبير الفندقي، وكذلك لو كانت الخدمة لضيف واحد بالمطعم أو لضيوف لديهم لقاء أو اجتماع في إحدى قاعات الفندق فإن الجهود المشتركة لنجاح وتقديم الخدمة اللازمة لهم يتطلب التنسيق والعمل لعدة أقسام فندقية لغرض تقديم أفضل الخدمات وتحقيق وإشباع رغبات الضيوف.

الفشل في جانب معين في قسم من الأقسام أو من شخص معين في قسم من الأقسام يعني خدمة غير جيدة أو غير كافية وتسبب إرباك في العمل والنتيجة لن يتحقق الإشباع المرغوب به من قبل الضيف وهذه حالة تؤكد على ضرورة تعاون الأفراد والأقسام الفندقية فيما بينها أكثر حيث أن العنصر البشري ليس فقط من وجهة نظر المستهلك (الضيف) ولكن أيضاً من وجهة نظر المنتج (العاملين في الفندق) ولهذا نرى أنه لا توجد صناعة أخرى تؤكد على هذه الدرجة العالية من النضج وفهم العنصر البشري مثل صناعة الفنادق.

٢ - **من مؤهلات العمل الفندقي:**

(٨) حب الناس والرغبة في خدمتهم من الأساسيات المطلوبة للنجاح في صناعة الفنادق.

(٩) يجب أن تكون لدى الشخص الذي يرغب في العمل في الفنادق قابلية التأقلم السريع مع مختلف شرائح المجتمع ومع مختلف الحالات المتوقعة وغير المتوقعة.

(١٠) القابلية على السيطرة وضبط النفس والأعصاب في المواقف المحرجة أو عند التعرض إلى ضغط معين، لأنه يجب تطبيق هذه المقولة في الفنادق دائماً " الضيف دائماً على حق ".

(١١) إن الشخص الذي يتقدم في السلم الوظيفي يجب أن يبرهن إمكانياته القيادية والتي تجعل من زملاءه ومرءوسيه يتعاونون معه ويحترمونه، لأن المراكز العليا كما هو معروف تتطلب معرفة فنية وإدارية خاصة وإن السمعة الرئيسية والضرورية المطلوبة لهذا المستوى هي قابلية التعاون على جعل الآخرين يؤدون ما يطلب منهم بالصورة التي يطلبها الضيوف والوقت الذي يرغبون به.

(١٢) الشخصية اللطيفة والابتسامة الدائمة واللياقة البدنية والملابس الأنيقة تعتبر من إحدى المؤهلات الضرورية للعمل في الفنادق.

(١٣) الثقافة العامة ومعرفة كاملة بالبلد الذي يقع به الفندق بالإضافة إلى الشهادة الجامعية أو المتوسطة.

(١٤) معرفة لغة أجنبية واحدة على الأقل وخاصة في الفنادق التجارية أو فنادق المطارات التي يرتادها الكثير من الأجانب.

٣ - من العوامل التي تساعد على نجاح الفندق :

١ - السعر Price

٢ - الموقع Location

٣ - الإعلان Advertising

٤ - الأغذية والمشروبات Food and Beverage

٥ - الديكور Décor

٦ - الخدمات التي يقدمها الفندق Services

٧ - المقابلة اللطيفة من قبل موظفي الفندق

٤ - يأخذ التعاقد الشكل القانوني من خلال الخطوتين التاليتين:

(٣) عرض الفندق لأماكن الإقامة وأسعارها.

(٤) قبول الضيف (غير المشروط) لهذا العرض خلال فترة زمنية مناسبة.

٥ - من القواعد والتعليمات التي أصدرتها الجمعية الدولية للفنادق في مجال تنظيم العلاقة بين مديري الفنادق والنزلاء التالي:

١ - السماح بدخول الفندق

٢ - حقوق النزيل

٣ - واجبات النزيل

٤ - إنهاء العقد

٥ - المسئولية عن حاجات النزيل وممتلكاته

٦ - دفع الحساب

٧ - الحجز عند عدم دفع الحساب:

٨ - الإكراميات مقابل الخدمات:

- **السؤال الثالث: اشرح باختصار:**

١ - **أهم الحالات التي يتعرض لها النزيل وتستوجب إجراءات قانونية ما يلي:**

- o حالة المواليد
- o حالات المرض الوبائي أو المعدي
- o حالات الإصابة
- o حالات الوفاة

٢ -**أهم الأعراف الفندقية في إقامة النزلاء:** عدم قبول ضيف بدون حقائب ملابس. عدم قبول أي ضيف في فنادق خمس نجوم يحمل حقائب ملابس قديمة أو ممزقة. عدم قبول أشخاص مطاردين من قبل الشرطة.

٧ - عدم قبول بعض الأشخاص المزعجين سياسياً.

٨ - في بعض الدول العربية عدم قبول النساء في الفنادق إلا إذا كان معهم محرم.

٩ - طلب عقد الزواج إذا كانت بصحبة الرجل امرأة.

١٠ - عدم قبول أي شخص لا يحمل هوية تعريف إلا إذا كان معروفاً من قبل إدارة الفندق.

١١ - عدم قبول أي شخص به مرض معدي.

١٢ - في بعض الفنادق يرفض استقبال المنحرفين أخلاقياً.

- **السؤال الرابع: قارن بين:**

١ - **المقارنة بين إيجابيات وسلبيات العمل الفندقي**

- **إيجابيات العمل الفندقي The Advantage of Hotel's Work**

(٦) تحت سقف الفندق هناك من خمسة إلى تسعة أقسام مستقلة ولكنها تعمل بصورة متناسقة ومترابطة وهذا تأكيد بأن العمل الفندقي متنوع ويتطلب درجة عالية من التحدي، وبهذا يتمكن الشخص الذي يعمل بالفندق من اكتساب ومعرفة أكثر من عمل واحد.

(٧) عامل آخر يتطلب تحدي أيضاً هو وجود العنصر البشري المتمثل بالضيف نفسه وبالطبع ليست كل أعمال الفندق تتعلق مباشرة بالضيف ولكن كثير منها يتطلب علاقة مباشرة به وتتطلب معرفة ودراية بالتعامل مع عامة الناس. قد يتطلب العمل الفندقي مقابلة وخدمة الأغنياء والفقراء والمشهورين والمثقفين والأميين.....الخ، وبالتالي فكل فرد يدخل الفندق يوفر الفرصة للعاملين في

الفندق بزيادة معلوماتهم عن طبيعة البشر وما يتطلبه من تقديم الخدمة التي تعزز بها بقاء الضيف لمدة أطول في الفندق.

(٨) محيط العمل بالفندق هو محيط مبهج ومتغير وغير خاضع للروتين اليومي وأجواء العمل بالفندق تعتبر من أحسن الأجواء مقارنة مع الدوائر والشركات الأخرى من حيث الديكور والألوان والتدفئة والتبريد...الخ.

(٩) في صناعة الفنادق مسئولية العاملين ليست فقط أداء أعمالهم وإنما الحصول على رضى الضيوف من خلال موافقة واستحسان الضيوف أنفسهم، وهذا بدوره يوفر للعاملين فرصة جيدة للخروج من الروتين اليومي المزعج في التعامل مع البشر والوظيفة.

(١٠)يعتبر العمل الفندقي عمل متميز تنعكس عليه بسرعة التغيرات التي تحدث في الاقتصاد المحلي والقومي والعالمي. إن العمل الفندقي يتأثر كثيراً بالتقنيات والأفكار وأساليب العمل الجديدة ولهذا فإنه يخضع للتغيير بشكل مستمر، أما الفندق الذي يبقى ساكناً أو مستقراً بدون تغيير فإنه في الحقيقة يعمل على تصفية أعماله تدريجياً.

- سلبيات العمل الفندقي **The Disadvantage of Hotel's Work**

(٥) يجب التأكيد دائماً على ضرورة التعاون بين الأقسام الفندقية حيث أن أي خطأ قد يحدث من أحد العاملين أو في أحد الإدارات يعود بالتالي على كل الفندق والعاملين به.

(٦) يجب التأكد دائماً على أهمية الحاجة إلى الاختيار الدقيق والعلمي للعاملين في الفنادق وكذلك استمرارية تدريبهم، ولهذا فإن مواصفات رجال الفنادق تختلف عن مواصفات الأعمال الأخرى من حيث الشكل واللياقة والتعليم والثقافة الروح المتفانية في خدمة وحب الناس.

(٧) يجب أن تكون لدى العاملين في الفنادق القابلية على التكيف السريع مع مختلف الحالات الغير متوقعة أو غير اعتيادية وكذلك القابلية على السيطرة على المشاعر والعواطف حيث أن التعرض للضغط الكبير قد يرغم عامل الفندق في التعبير عن رأيه في ذلك بصورة سيئة.

(٨) إن عمل الفندق مستمر لمدى أربعة وعشرين ساعة يومياً وسبعة أيام أسبوعياً وهذا يعني أن العاملين في هذه الصناعة مطالبين للعمل في كل الأوقات، ونرى أنه حين يكون الضيوف مرتاحين يتمتعون بعطلتهم نرى رجال الفنادق منهمكين في إنجاز أعمالهم.

٢ - المقارنة بين حقوق النزيل وواجبات النزيل:

- حقوق النزيل:

يحق للنزيل بالفندق أن يشغل المكان المحجوز له ويستمتع به طوال فترة الإقامة المتفق عليها ، كما يحق له الاستفادة من الخدمات العادية بالفندق بما في ذلك استخدام الغرف والأماكن العامة بالفندق.

- واجبات النزيل:

- أن يكون الحجز له وللأشخاص المذكورين عند إتمام الحجز.
- لا يسمح للنزلاء بأن يقوموا بالطهي في الغرف إلا إذا وجد تسهيلات مطبخية في الغرف.
- يكون النزيل مسؤول عن خسارة أو أي تلف لأي شئ في الفندق بسببه أو بسبب ضيوفه.
- لا يسمح للنزلاء بإحضار حيوانات إلى الفندق دون موافقة مسبقة من الفندق.
- تحتفظ إدارة الفندق بحقها في وقف أو خفض أي ضوضاء يحدثها النزلاء والتي تسبب إزعاجاً ومضايقة للنزلاء الآخرين.
- يحق لإدارة الفندق إنهاء العقود فوراً مع النزيل في حالة الخروج عن السلوك اللائق.

المراجع الأجنبية باللغة الإنجليزية

1- ABBEY, JAMES R. (1997) HOSPITALITY SALES AND MARKETING, EDUCATIONAL INSTITUTE OF AMERICAN HOTEL AND LODGING ASSOCIATION.

2- BROOKS, RICHARD M. (1999) FRONT OFFICE PROCEDURES, EDUCATIONAL INSTITUTE OF AMERICAN HOTEL AND LODGING ASSOCIATION.

3- GEE, CHUCK Y. (1996) RESORT DEVELOPMENT & MANAGEMENT, EDUCATIONAL INSTITUTE OF AMERICAN HOTEL AND LODGING ASSOCIATION.

4- HART, CHRISTOPHER W.L. AND TROY, DAVID A. (1997) STRATEGIC HOTEL/MOTEL MARKETING, EDUCATIONAL INSTITUTE OF AMERICAN HOTEL AND LODGING ASSOCIATION.

5- JACK, D. NINEMEIER (1995) PRINCIPLES OF FOOD AND BEVERAGE OPERATIONS, EDUCATIONAL INSTITUTE OF AMERICAN HOTEL AND LODGING ASSOCIATION.

6- NITSCHKE, ALETA AND SCHAPPERT, PATRICIA (1996) HOUSEKEEPING MANAGEMENT, EDUCATIONAL INSTITUTE OF AMERICAN HOTEL AND LODGING ASSOCIATION.

المحتويات

تقدر المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني الدعم

المالي المقدم من شركة بي آيه إي سيستمز (العمليات) المحدودة

GOTEVOT appreciates the financial support provided by BAE SYSTEMS

BAE SYSTEMS